GriFfer MAGAZINE

6 PRIMO PIANO
Per le imprese un 2010 piuttosto difficile

10 L'INTERVISTA
Alberto Lualdi

16 MARKETING & VENDITE
Vendere o facilitare l'acquisto?

RIVISTA PER IL SERRAMENTISTA E IL MOBILIERE

GENNAIO/FEBBRAIO 2010 12

Spedizione in abbonamento postale • 45% Art. 2 comma 2/b • Filiale di Padova

GENNAIO FEBBRAIO 2010 12

6
Piccole imprese e posti di lavoro a rischio. Le imprese del settore legno-arredamento chiedono interventi straordinari al Governo.

24
Oltre agli incentivi del 55%, quali altre prospettive si pongono per il mercato del serramento?

12
Prosegue la nostra analisi per arrivare a conoscere meglio i costi dei serramenti prodotti. L'articolo si concentra sulla ottimizzazione dei costi per aumentare il margine di contribuzione lorda.

Editoriale
5 di Riccardo Signoretto

Primo Piano
6 **Dalla piccola alla grande impresa un 2010 piuttosto dificile**
di Almerico Ribera

L'Intervista
10 **Si esce dalla crisi innovando azienda e prodotti. Intervista ad Alberto Lualdi**
di Mauro Zamberlan

Gestione Azienda
12 **Ottimizzare i costi per massimizzare l'MCL (Margine di Contribuzione Lorda)**
di Germano de' Zorzi

Marketing & Vendite
16 **Vendere o facilitare l'acquisto?**
di Marco Zanon

Web Marketing
20 **Ma il tuo sito "lavora" bene?**
di Viviana Barocco

Mercato
24 **Analisi e prospettive**
di Samuele Broglio

Norme & Leggi
26 **L'opportunità del Piano Casa**
di Luca Pozza

Approfondimento Tecnico
28 **Marcatura CE: siamo pronti?**
di Giovanni Tisi

Eventi
30 **Insieme fuori dalla crisi**

Dalle Aziende
34 **75 anni di qualità, innovazione e servizio**

Incontri in azienda
36 **Creatività e fantasia nell'abitare**
di Mauro Zamberlan

38 **Lavorare per far vincere le idee**
di Mauro Zamberlan

Rubriche
40 **Notizie**
42 **Vetrina Prodotti**
53 **Le Aziende informano**
57 **Da noi succede**

GriFfer MAGAZINE

Editore
GriFfer scarl
Via Salisburgo, 5
37136 VERONA

Direttore Responsabile
Mauro Zamberlan

Redazione e Pubblicità
StudioCentro Marketing srl
Tel 0444 512733
info@studiocentromarketing.it

Grafica
Bolognino Comunicazione

Impaginazione
Giovanni Amato

Illustrazione copertina
Giorgio Piovella

Stampa
Tipolitografia CTO srl

Autorizzazione Tribunale di Padova
nr 2133 del 21.04.2008

Gli articoli firmati riportano l'opinione degli stessi autori senza che questa sia necessariamente condivisa dall'Editore della testata.

L'Editore, inoltre, non si assume responsabilità per le informazioni contenute nei testi pubblicitari e redazionali.

Ogni autore è pienamente responsabile di quanto pubblicato.

È vietata la riproduzione anche parziale senza autorizzazione dell'Editore.

Spedizione in A.P.
45% art. 2 comma 2/b Legge 662/96
Filiale di Padova

Prezzi
Abbonamento annuo
(6 numeri) € 7,50

Tariffe speciali per gli abbonamenti collettivi sono disponibili su richiesta.

di Riccardo Signoretto

Siete preparati al 2010?

Anno ancora difficile il 2010, sicuramente impegnativo. Da alcuni mesi si registrano piccoli segnali di ripresa che fanno ben sperare. L'anno nuovo è pieno di impegni per le aziende del settore infissi, in particolare per quelle che non sono state previdenti e non hanno trovato il tempo per affrontare con le necessarie energie la marcatura CE. Quando leggerete queste note la marcatura CE (1 febbraio 2010) sarà già un obbligo per le finestre e le porte esterne. La marcatura di finestre e porte esterne non passerà quasi inavvertita come è capitato con le persiane. Per due motivi: benefici fiscali del 55% solo alle finestre con marcatura CE; i clienti potrebbero ricordarsi dell'obbligo della marcatura CE e contestare, al momento del pagamento, le finestre fornite perché "difettose" e richiedere una consistente riduzione del prezzo pattuito.

Il 2010 manderà in pensione tutte le "utilitarie" tra le finestre, quelle da 58 mm ad esempio, perchè le loro prestazioni risultano insufficienti rispetto alle nuove richieste del mercato. Non va poi dimenticato il valore di trasmittanza termica Uw 1,6 W/m^{2}K, valore minimo per fruire del premio fiscale del 55%. Alle finestre vengono quindi richieste prestazioni elevate. Vi sarà l'affermazione della finestra come prodotto ricco in tecnologia e dai componenti selezionati. Come conseguenza sarà privilegiata la concorrenza sul valore dei prodotti, che trascinerà un miglioramento dell'offerta commerciale – comunicazione, struttura dei preventivi, preparazione dei venditori - proprio per fare percepire ai clienti la qualità delle vostre finestre.

È indubbio che la marcatura CE porterà in azienda nuovi costi, legati al piano di controllo della produzione (FPC), indispensabile per garantire la conformità di tutti i serramenti prodotti alle caratteristiche attestate tramite le prove (ITT, test iniziali di tipo) e le verifiche a calcolo fatte presso il Laboratorio Notificato. Il piano di controllo della produzione prevede controlli periodici e regolari su materiali e componenti, fasi di lavorazione ed attrezzature ritenuti critici, eseguiti durante la produzione. A questo si aggiungono le procedure scritte per il trattamento delle non conformità e la conservazione per dieci anni della documentazione. Il tutto comporta un aggravio serio per le imprese più piccole, con una struttura – non impegnata nella sola produzione - ridotta all'osso. Per queste ultime aziende diverrà conveniente una trasformazione in senso commerciale delle attività, divenire cioè rivenditori, magari specializzati nel mercato del nuovo, offrendo buoni prodotti di terzi e la capacità di produrre quei mobili su misura utili per sfruttare appieno tutti gli spazi che in una nuova casa andrebbero altrimenti sprecati. Quindi lavori di falegnameria in una nuova casa, dove la concorrenza è limitata e non giocata sul prezzo, e commercio di porte e finestre.

Riccardo Signoretto
Socio della ALCOFER srl
Consorziato GriFfer scrl

> *Il 2010 manderà in pensione tutte le "utilitarie" tra le finestre, quelle da 58 mm ad esempio, perchè le loro prestazioni risultano insufficienti rispetto alle nuove richieste del mercato.*

di Almerico Ribera

Dalla piccola alla grande impresa un **2010 piuttosto difficile**

Piccole imprese e posti di lavoro a rischio. Le imprese del settore legno-arredamento chiedono interventi straordinari al Governo.

L'artigianato

Faceva freddo quella mattina a Camin di Padova, agli Stati Generali del settore artigiano del legno, nonostante la calda accoglienza di tutti i componenti della Famiglia Ronconi, titolari della Italignum, che aveva messo a disposizione i propri locali di via Baviera. Faceva freddo non soltanto perché era il 21 di novembre, ma perché i risultati della Ricerca dal titolo "Insieme fuori dalla crisi" voluta da Confartigianato, CNA, Casa del Veneto e dai sindacati CGIL, CISL e Uil, con il sostegno economico dell'EBAV, non erano proprio confortanti e avevano raffreddato anche gli animi di quei dirigenti abituati a trascinare i propri associati verso traguardi concreti come il varo del progetto comune denominato Finestra Veneta.
E se c'è una generazione di produttori che merita di essere ascoltata con attenzione è quella degli artigiani del legno, presenti in forze nei capannoni della padovana Italignum. Qui, insieme alle associazioni di categoria, insieme ai sindacati, alla presenza dell'assessore regionale all'economia Vendemiano Sartor e a numerosi sindaci dei Comuni veneti, il ricercatore Moreno Trevigne ha chiaramente detto che si esce dalla crisi soltanto con il coraggio, con la capacità e la forza di prendere per le corna una situazione economica generale che ha rischiato di travolgere il mondo in una crisi finanziaria che ha avuto un solo disastroso precedente nella storia.
"Ne stiamo uscendo, ma secondo i dati raccolti con la Ricerca – ha sentenziato Moreno Trevigne – occorreranno almeno cinque anni per ricuperare le posizioni di partenza e i pochi segnali che arrivano dal settore artigiano non ci consentono di essere ottimisti. Alcune imprese, le più deboli finanziariamente, le meno dinamiche e strutturate, resteranno sul campo e le perderemo, poi la ripresa dei consumi potrebbe aprirci qualche spiraglio, ma se saremo capaci di avviare processi di ricerca, sostenibili soltanto con l'aggregazione di più imprese che, insieme, potrebbero raccogliere le forze necessarie per aggredire il mercato con prodotti di alta qualità e di elevata specializzazione".
Lo ha ribadito anche Donato Pedron, presidente di Confartigianato Veneto comparto legno: "Le imprese artigiane del settore legno arredamento devono affrontare la crisi smettendo di essere terzolavoriste, devono essere capaci di collaborare per contare di più su un mercato globalizzato, sia per arrestare l'invasione dei colossi esteri – e il riferimento all'Ikea era evidente – sia per ricercare l'eccellenza di prodotto. Dobbiamo soprattutto investire nell'innovazione, uno sforzo che le piccole aziende, da sole, non possono sostenere".
"Per tornare competitivi – ha dichiarato nel suo lungo intervento Venedemiano Sartor, assessore regionale all'economia del Veneto – bisogna rimboccarsi le maniche, lavorare di più e non soltanto nel senso di rinchiudersi nelle proprie botteghe, ma essere più attenti agli strumenti che le politiche regionali mettono a disposizione delle aziende artigiane per essere in prima fila quando la situazione economica darà i segnali di ripartenza. Sappiamo tutti che le piccole e medie imprese, ossatura portante della struttura produttiva regionale, sono in pericolo, ma è proprio per questo che i programmi economici regionali sono tesi a dare il sostegno necessario affinché l'insostituibile ruolo civico e sociale delle imprese artigiane mantenga la sua dignità. Le vostre imprese manifatturiere hanno sostenuto uno sforzo notevolissimo a cavallo degli anni 2006-2007, affiancate da una serie di incentivi regionali che ne hanno sostenuto persino l'esportazione. Ora però tocca a voi essere pronti alla ripartenza quando ci sarà, e non chiedetemi quando perché non lo sa nessuno e comunque dovete pensare che tedeschi, francesi, inglesi e persino cinesi non stanno meglio di voi.
Dobbiamo renderci conto che negli ultimi anni politica e manifattura sono riuscite a conquistare mercati europei esigenti come la Germania e soprattutto la Russia. In Regione veneto gli strumenti per fare ripartire l'economia ci sono e saranno messi a disposizione anche in futuro (Vendemiano Sartor ne ha indicati numerosi), ma come è avvenuto nel caso della formazione è difficile metterli a vostra disposizione se poi restate chiusi nelle vostre falegnamerie e non partecipate, o non iscrivete, i vostri collaboratori ai corsi organizzati".
Insomma, idee chiare, che in sintesi si traducono in mosse vincenti soltanto se tutte le organizzazioni sindacali e le associazioni di categoria faranno fronte comune per risolvere i numerosi problemi finanziari che sono attualmente sul tappeto, ponendo attenzione a non dirottare risorse verso inutili personalismi.

> **Si esce dalla crisi** soltanto con il coraggio, con la capacità e la forza di prendere per le corna una situazione economica generale che ha rischiato di travolgere il mondo in una crisi finanziaria
>
> Moreno Trevigne

La piccola impresa e l'aggregazione

Al Forum di Mantova dell'ottobre scorso dedicato alla piccola industria, Giuseppe Morandini (presidente piccola industria di Confindustria) ha detto senza mezzi termini: " Abbiamo un problema: non ci sono ordini in portafoglio! Quindi attendiamo la ripresa che, purtroppo per noi, non sarà vicina, ma si svilupperà dal Medio Oriente verso l'India, la Cina e il Brasile.
Confini lontani, e allora come farà a raggiungerla la piccola impresa? La risposta è una soltanto: potrà farlo soltanto aggregandosi, cioè mettendo insieme un gruppo di aziende che, fondendosi, uniranno capacità manageriale e produttiva di un gruppo di uomini, oggi a capo delle rispettive aziende, in un unico polo produttivo.
I problemi delle nostre aziende sono due: patrimonializzazione e sovraccapacità produttiva. Due problemi irrisolvibili al momento attuale. Soprattutto la sovrapproduzione decimerà le aziende più deboli e con la loro chiusura, oltre al valore patrimoniale, si perderà anche il valore culturale del rischio e della professionalità. Un danno irreversibile".

Giuseppe Morandini ha quindi presentato un progetto che ha definito con la parola T-Holding, espressione della fusione di più aziende in un'unica realtà produttiva, processo di aggregazione studiato e perfezionato presso l'Università di Perugia.
"Si tratta di unire le capacità di un milione di piccole imprese – prosegue Morandini – delle quali un terzo sta andando bene, un terzo sta soffrendo, un terzo è in mezzo al guado. Ci siamo concentrati su quest'ultimo terzo e abbiamo capito che su 11 imprese condannate dal mercato alla chiusura, 6 si possono salvare con le T-Holding (la T sta per tutela), cioè con la fusione di più imprese che aggregandosi possono accedere direttamente a un fondo di garanzia e di tutela messo a disposizione dal Ministero dello Sviluppo."
Morandini ha spiegato i meccanismi che sono alla base del processo di aggregazione: tutela della nuova azienda attraverso garanzia di credito, agevolazioni fiscali, redditività, difesa dei posti di lavoro che sono la base del successo per la T-Holding che nasce e che avrà le risorse necessarie per proseguire l'attività concordata fra gli imprenditori aggregati. Per l'imprenditore che sposa una T-Holding le notti non sono più insonni e per i dipendenti c'è la certezza del mantenimento del posto di lavoro.

Federlegno e il settore del mobile e del legno

"Abbiamo resistito sulle barricate per quindici mesi disastrosi, abbiamo superato con dignità una crisi non nostra, abbiamo difeso l'occupazione con i denti senza chiedere aiuto ad alcuno, ma ora siamo allo stremo delle forze e non possiamo garantire più nulla".
Con queste parole il Cavaliere del lavoro Rosario Messina, presidente di Federlegno-Arredo e presidente della Flou, ha aperto al Teatro Dal Verme di Milano la consueta conferenza stampa degli auguri di fine anno lanciando un messaggio che è apparso molto amaro. Del resto le cifre dei preconsuntivi del mobile arredo parlano chiaro: il 2009 si chiuderà con un -23% nelle esportazioni e un -17,3% sul mercato interno, cifre alle quali farà riscontro il tradizionale calo delle vendite dei mesi che precedono il Salone di aprile 2010. Le conseguenze? Sono a rischio dai 90 ai 100mila posti di lavoro.
Tra l'altro preoccupa enormemente il progressivo sfaldarsi della rete artigianale nazionale fornitrice di semilavorati all'industria del mobile e abbandonata dalle banche (settore fortemente criticato: le banche non sanno neppure cosa sia un'azienda e offrono soldi soltanto a chi ne ha già).
Carlo Guglielmi presidente di Cosmit e Rosario Messina si appellano al Governo affinché si impegni per mutare una situazione che sta diventando insostenibile per l'industria del mobile e dell'arredamento, sia sul già citato versante bancario, sia sul versante finanziario e monetario, con la debolezza del dollaro rispetto all'Euro, al quale fa riscontro un deterioramento delle esportazioni molto rischioso per l'economia del settore. I due presidenti avanzano una proposta: "Il governo deve modificare gli incentivi al settore dell'arredamento che ha voluto legare, sbagliando, alla ristrutturazione degli immobili. Deve invece introdurre la rottamazione anche per noi, sul modello degli elettrodomestici e delle automobili. Una mossa che darà immediatamente i suoi frutti anche per l'occupazione a rischio".
Intanto, in attesa che il Governo prenda delle decisioni coerenti con la situazione congiunturale del settore, oltremodo negativa, Federlegno e Cosmit faranno la loro parte affrontando il Fuori Salone – termine che indica una serie di eventi fuori fiera che animerà Milano dal 14 al 19 aprile 2010 – agendo in modo del tutto diverso dal passato, impegnandosi direttamente per fare vivere una settimana di cultura e di spettacoli di alto livello al grande pubblico, che si intratterrà sul più grande palcoscenico del mondo durante i sei giorni dedicati all'arredamento.

Le cifre dei preconsuntivi del mobile arredo parlano chiaro
il 2009 si chiuderà con un -23% nelle esportazioni e un -17,3% sul mercato interno. Le conseguenze? Sono a rischio dai 90 ai 100 mila posti di lavoro.

di Mauro Zamberlan

Si esce dalla crisi innovando **azienda e prodotti**

L'invito è di **Alberto Lualdi**, presidente di Edilegno-Arredo, associazione che recentemente ha lanciato il progetto "Pensa al futuro, passa al legno" con l'obiettivo di promuovere la finestra in legno presso tutti coloro che sono coinvolti nel processo d'acquisto.

La prima domanda è di rito: il periodo di crisi sta volgendo al termine?

Per poter rispondere bisognerebbe avere la sfera di cristallo e tanti in questo momento vorrebbero possederla. A parte le battute, se la crisi finanziaria sta forse mostrando i primi timidi segnali di ripresa, per il nostro settore credo stia arrivando il periodo più critico. Chi quest'anno aveva i cantieri in fase avanzata, li ha portati a termine; quelli che non potevano fermarsi, comunque li hanno completati; per quanto riguarda i nuovi cantieri, faccio fatica a pensare che siano partiti. Come è noto, vi è un periodo di sfasamento di circa due anni da quando vengono richieste le licenze edilizie a quando sono impiegati i materiali di finitura, pertanto sono dell'opinione che nei prossimi due anni vi saranno forti ripercussioni nel settore. Quali le conseguenze finali, è difficile dirlo. In generale si può affermare che, finché non si sarà smaltita l'offerta – per ora superiore alla domanda -, finché non si sarà ricreato un clima di fiducia, gli investimenti nel settore casa saranno esigui.

Che mercato ci possiamo attendere quindi?

Il mercato è e sarà in fase di attesa. Probabilmente le maggiori opportunità verranno dalle ristrutturazioni, che potrebbero essere favorite dal Piano Casa.

Veniamo appunto alle iniziative a favore della ripresa: è sufficiente quanto fatto finora o ci vuole uno scatto in più?

Uno scatto in più sicuramente non guasterebbe. È importante che l'incentivo fiscale del 55% sia stato prorogato fino a tutto il 2010. Ci auguriamo che sia esteso fino al 2012: se dovesse venire a mancare questo supporto, la situazione si aggraverebbe.
Ho citato il Piano Casa, ma si è risolto in una grande confusione. Ogni Regione è andata per conto suo e ogni Comune interpreta a suo modo quanto stabilito dalla Regione: occorre, secondo me, un intervento del Governo per mettere un po' di ordine. Se vogliamo rimettere in moto gli interventi, ci vuole certezza e stabilità; occorre offrire agli imprenditori un piano solido e a più lungo raggio. Personalmente mi aspetto iniziative più forti dal Governo, che però sembra un po' "nervoso".

L'attenzione all'eco-sostenibilità e al risparmio energetico sono oramai profondamente radicate nella mentalità dei consumatori. Sarà questo il fattore vincente per il legno?

Senza dubbio. Una maggiore sensibilità vero questi aspetti si sta affermando a livello internazionale. Basti pensare, ad esempio, all'attenzione riservata dall'azione di Obama alle energie rinnovabili e pulite. A questo aggiungerei anche gli aspetti qualitativi di un "made in Italy" apprezzato all'estero. Il design e la qualità italiani rendono a portata di mano mercati esteri in cui anche il nostro settore può dire molto e bene.

Siamo naturalmente tutti d'accordo che è basilare risparmiare energia. Secondo alcuni, però, questo puntare a valori di trasmittanza termica sempre più elevati ha portato a un innalzamento eccessivo dei prezzi. Che ne pensa?

A mio avviso si tratta di un discorso che coinvolge maggiormente materiali come l'alluminio ed è legato al prezzo internazionale delle materie prime. Da questo punto di vista il legno costa meno ed è soprattutto l'unica materia rinnovabile in natura. Poi, secondo me, il prezzo è un problema superabile perché il cliente è alla ricerca di valore. Un serramento di qualità ha un certo prezzo, ma offre prestazioni che garantiranno un risparmio di energia, e quindi di denaro, per tutta la sua durata, per non parlare dei vantaggi in termini ambientali grazie alla riduzione delle emissioni di CO_2. Occorre pertanto investire nello sviluppo del prodotto e delle sue prestazioni, perché i vantaggi interesseranno tutti.

Quali progetti sta sviluppando Edilegno-Arredo per la promozione del serramento in legno?

L'impegno dell'associazione è ad ampio raggio per promuovere e tutelare l'intero settore. Ciò si traduce in interventi di comunicazione verso il consumatore finale, attività normativa e partecipazione a vari tavoli tecnici, iniziative di formazione e aggiornamento professionale per gli operatori del settore. Recentemente è stato presentato il progetto "Pensa al futuro, passa al legno". L'obiettivo è di attivare interventi finalizzati alla promozione della finestra in legno e rivolti alle diverse figure che intervengono nel processo d'acquisto: dal progettista al consumatore finale. Il 20 novembre a Milano, per esempio, è stato organizzato un convegno sulle qualità prestazionali e architettoniche del serramento in legno. Nell'incontro del Made expo, invece, si affronta il rapporto tra legno, ambiente e risparmio energetico.
È stato pubblicato anche un sito internet, www.pensalegno.it, di cui, oltre a Edilegno-Arredo, fanno parte Federcomlegno – Federazione nazionale dei commercianti del legno – e Promo_legno, associazione per la promozione della cultura del legno. Ovviamente questi sono solo i primi passi. Spero che al progetto si uniscano anche altre associazioni, in modo da poter unire forze e risorse ed essere quindi più incisivi e capillari nella nostra azione.

Molto spesso viene chiesto "come va il mercato", meno spesso viene chiesto "come sono cambiati i clienti", "come muterà il loro comportamento d'acquisto": informazioni fondamentali per un'azienda che voglia impostare le proprie strategie future. Un'indagine di questo tipo potrebbe essere sostenuta da Edilegno-Arredo, che ne dice?

Sì, potrebbe essere interessante, attraverso il Centro studi di Federlegno, fare un'indagine sull'atteggiamento dell'acquirente italiano nei confronti della propria casa, cercando di captare le tendenze che si stanno imponendo. Ho notato che il cliente è molto più informato rispetto ad alcuni anni fa, grazie anche a Internet. Su questa base di conoscenze possiamo aiutarlo a capire che certi serramenti gli faranno risparmiare energia e soldi, motivandolo a non fermarsi solo ed esclusivamente al prezzo. Del resto il mercato lo fanno le richieste del cliente, bisogna pertanto essere pronti a dare una risposta efficace e tempestiva all'aumentata richiesta di informazione e di valore.

Quando i nostri lettori leggeranno queste righe saremo in prossimità del MADE Expo: cosa si aspetta dell'evento milanese?

Rappresenta un'occasione significativa per fare un salto di qualità e presentarsi a un mercato più ampio e qualificato. Ed è proprio per sfruttare al massimo le opportunità fornite da questo appuntamento che nel 2011 si terrà ai primi di ottobre. È un periodo durante il quale si fa un bilancio dell'anno trascorso, ma lo sguardo è già proiettato a quello successivo: il Made expo di conseguenza può divenire concretamente base e "fonte di ispirazione" per le strategie commerciali a venire.

Alcuni però premono per la biennalità.

In effetti è così, ma vi sono altrettanti riscontri in favore dell'attuale cadenza. A mio parere l'annualità dev'essere mantenuta se vogliamo veramente che il Made expo diventi una delle fiere più prestigiose a livello internazionale.

Che invito, suggerimento si sentirebbe di dare oggi a un serramentista?

Non sono certo io la persona che può permettersi di dare consigli ad altri imprenditori. L'invito – e tra i destinatari colloco me stesso – è quello di insistere ora come non mai sulla qualità e l'innovazione di prodotto. Sono consapevole che è complesso, soprattutto in un periodo come questo, ma una strategia di attesa può rivelarsi catastrofica. Come ho detto all'inizio, per sapere come evolverà la situazione ci vorrebbe la sfera di cristallo, ma in ogni caso si deve affrontare il domani cercando di dare alle richieste dei clienti risposte sempre migliori. Questa per me è l'unica via per superare il momento che stiamo attraversando.
Dopo la crisi, ovviamente, non potremo certo aspettarci di tornare alla situazione di partenza: le aziende dovranno perciò trasformarsi se vorranno tornare a correre in un mercato totalmente cambiato. L'augurio – quasi scontato – è di vedere la "fine del tunnel" il prima possibile.

Alberto Lualdi

Presidente di Edilegno-Arredo. Dopo la laurea in Economia e Commercio entra nell'azienda di famiglia con il ruolo di Direttore vendite. Assume poi la carica di Direttore generale per diventare Presidente nel 2003, succedendo al padre. Alberto Lualdi ha alle spalle una lunga esperienza associativa: dal 2000 al 2004 ha ricoperto la carica di Presidente del Gruppo Legno Arredo in Assolombarda, mentre sempre dal 2000 è membro della Giunta e del Consiglio Direttivo di FederlegnoArredo. Si segnala inoltre la sua presenza come membro del Consiglio di Amministrazione di Material Connexion Milano e, dal 2003 al 2006, la vicepresidenza del Fondo Arco, Fondo Nazionale di pensione complementare del settore legno arredamento. Recente la sua nomina nella Giunta di Assolombarda.

di Germano de' Zorzi

Ottimizzare i costi per massimizzare l'MCL (Margine di Contribuzione Lorda)

Prosegue la nostra analisi per arrivare a conoscere meglio i costi dei serramenti prodotti. L'articolo si concentra sulla ottimizzazione dei costi per aumentare il margine di contribuzione lorda.

Il *costo di produzione di prodotto* comprende tutti i *costi diretti* e i *costi indiretti* coinvolti nella produzione del prodotto stesso. La loro somma rappresenta i *costi variabili di prodotto (Cv.)*. Questo costo variabile, integrato con i costi "fissi di produzione" (affitto capannone, riscaldamento, impianto centralizzato di aspirazione-silos, ecc) porta al *Costo del Venduto (C.V.)* che confrontato con il relativo fatturato, permette di individuare il "Margine di Contribuzione Lordo" con una semplice sottrazione:

M.C.L. = R (ricavi) – C.V.

È evidente che, dato un certo fatturato, il M.C.L. aumenta col diminuire del costo del venduto (C.V.). L'analisi rigorosamente analitica dei costi risulta quindi essere la via maestra da percorrere per arrivare a riconoscere l'incidenza economica di ciascuna risorsa impiegata nella fabbricazione, e progettarne il possibile miglioramento.

L'analisi tecnica della produzione del prodotto

Ogni prodotto dell'azienda va individuato da un codice-prodotto (tav. 1). In particolare va prestata attenzione all'articolazione delle voci:

- *ciclo di lavorazione* che sottende tre voci di costo:
  - > costi di macchinario nel ciclo (e sue fasi di impiego: attivo, in moto-non attivo, in fase di programmazione);
  - > costi di operatore nel ciclo (operativo, per sorveglianza, attivo per preparazione macchina);
  - > costi di operatore di servizio, collegato al processo ma non alla macchina.

I costi indicati hanno un diverso costo orario in quanto le componenti del corrispondente costo sono diverse, come diverse sono le situazioni in cui si trovano ad operare;

- *costi del macchinario*, a sua volta distinto in:
  - > tempo di programmazione iniziale "**Cpr**": a macchina ferma = costo ammortamento macchina relativo;
  - > tempo di attesa nel ciclo "**Cat**": a macchina in moto, non lavora = costo F.M. (forza motrice) + ammortamento;
  - > tempo di attività nel ciclo "**Catt**": macchina attiva, lavora = costo F.M[1]. + ammortamento + costo utensile[2];
  - > tempo di pulizia fine lotto "**Cpu**": macchina ferma = costo ammortamento macchinario relativo;
  - > tempo manutenzione corrente "**Cma**": macchina ferma = costo ammortamento + materiali manutenzione.

[1] A regime di massimo sforzo.

[2] Costo acquisto e affilature.

Tav 1 Il codice prodotto e i suoi riferimenti

• tipo di prodotto	(finestra, porta, portafinestra, persiana, ecc.)
• geometria e relative dimensioni	(varianti)
• tipo di materiale impiegato	(specie legnosa, altri materiali)
• ciclo di lavorazione codificato	(necessario per ottenere il prodotto finale)
• finitura del prodotto	(trattamento, verniciatura, ecc.)
• set di ferramenta codificato	(funzione del tipo prodotto e variante)
• tipo di tamponamento	(vetro, legno, altro)

Ciascuna voce di questo elenco conduce all'individuazione del costo diretto di fabbricazione del singolo prodotto, costo che è opportuno contenere il più possibile, a iniziare dalla sua progettazione e dall'adozione di un'accorta politica agli acquisti.

La programmazione, pulizia e manutenzione incidono nei costi di prodotto in funzione delle frequenze delle singole operazioni:

programmazione e pulizia (Cpp), sono previste all'inizio e alla fine della lavorazione di ciascun lotto in lavoro, quindi il corrispondente costo (Cpp = Cpr + Cpu) va ripartito per la totalità dei pezzi lavorati componenti il lotto. Il costo per pezzo diviene: Cpp/n.ro pezzi del lotto;
manutenzione corrente (Cmc) va effettuata dopo un certo numero di ore di funzionamento (macchina in moto). Il suo costo va ripartito sul numero complessivo di ore lavorate dalla macchina (Cmc/ore lavorate). Si ottiene così un costo/ora che va sommato al costo ora/macchina di attività, nel ciclo;
costo orario di ammortamento reale di ciascuna macchina (Cami) che si ottiene dividendo l'ammortamento annuo tecnico (non fiscale) per il totale delle *ore di impegno macchina obiettivo*, ottimizzato nell'anno (esempio: 240 gg lavorativi/anno x 8 ore/giorno = 1.920 ore/anno).
Il costo di ammortamento è voce sempre presente nei vari momenti di intervento nel ciclo, per cui il *tempo di impegno macchina* a cui fare riferimento corrisponde al *tempo totale dell'intero ciclo di lavorazione di ciascuna macchina*, incluse le soste, assetti e pulizie.
L'espressione che rileva l'importo per ciascun ciclo-macchina è:

$amm_i = Cam_i(€/h) \times h_i\text{-ciclo lav.}$

L'importo complessivo di Ammortamento (Amm) da attribuire a un articolo è dato dalla somma dei singoli importi delle altrettante macchine utilizzate nel processo di produzione:

$Amm = \Sigma\ Cam_i(€/h) \times h_i\text{-ciclo lav.}$

Cioè l'ammortamento complessivo è dato dalla somma dei costi di ammortamento di tutte le macchine utilizzate nel processo produttivo dello specifico prodotto. Quest'importo rappresenta "*l'ammortamento assorbito*" dall'articolo in esame. La macchina non inserita in un processo lavorativo, quindi, è inutilizzata e il suo ammortamento corrispondente rappresenta un costo non attribuibile alla produzione.
Va ricordato che l'ammortamento tecnico è legato sia alla volontà dell'azienda di mantenere in prospettiva il proprio parco macchine tecnologicamente aggiornato, che alla velocità dello sviluppo tecnico caratteristico del settore in cui opera. Più il settore tecnologico è in evoluzione, più pesante è l'ammortamento tecnico necessario per mantenersi aggiornati.
Non va esclusa inoltre una valutazione prospettica del trend dei prezzi delle macchine destinate a sostituire quelle tecnicamente superate, per attenuare, se possibile, l'esposizione finanziaria dell'azienda nel momento dell'acquisto.

La quota di (costo) ammortamento-macchine assorbito nel periodo in esame è dato da:

SOMMA (costo amm./ora-macchine impegnate x tempo (h) di impegno macchine nel periodo).

Questo calcolo permette di conoscere la quantità di ammortamento assorbita dalla attività delle macchine in produzione e, per differenza, l'entità della spesa di ammortamento, residua (non assorbita) da non attribuire alla produzione, ma da scaricare/imputare nelle spese fisse generali dell'azienda. Il suo importo è indice di inefficienza della gestione per capitale investito in impianti non utilizzati. Risulta infatti scorretto attribuire al prodotto costi non pertinenti, che alterano la lettura della loro concorrenzialità tecnica. Se si opera in questo modo il corrispondente M.C.L. (margine di contribuzione lorda) del prodotto migliora;

costo dell'utensile (Cut) espresso in costo/ora di utilizzo, è dato dalla somma delle due componenti:

- costo d'acquisto utensile(acq)/h lavoro obiettivo(negli-anni);
- costo di affilatura(aff)/ore lavoro nel periodo.

Va tenuto presente che l'affilatura implica il costo orario dell'operatore più il costo orario della strumentazione usata per il tempo impiegato, oppure il costo dell'affilatura eseguita da terzi specializzati.
Le espressioni utili in tal caso sono:

Cut_i (co/h lav.) = $acq._i$/ h lav.ob. + aff_i/h lav.per.

C.Ut = SOMMA (Cut_i x h $lav.ut._i$ $ciclo_i$)

La durata dell'utensile e dell'affilatura sono correlati alla qualità dell'utensile, alla tipologia della lavorazione, alla frequenza dell'utilizzo e al materiale lavorato. Vanno quindi valutati nel loro insieme per stabilire un dato credibile che potrà essere diverso tra le tipologie di utensili e materiali considerati. La scelta economicamente più conveniente va fatta con una visione globale dei fattori accennati;

Forza Motrice (F.M.) Particolare interesse ha la conoscenza del costo della Forza Motrice assorbita dalle macchine. Essa va controllata con strumentazioni di lettura di cui alcune macchine sono fornite o misurata sui cavi di alimentazione in prossimità della macchina, nelle varie condizioni di attività sopra illustrate. Si suggerisce di verificare se il "*cosfi*"[3] è entro i giusti limiti per poter considerare corretto o meno il costo/kwh, diversamente si hanno costi maggiori, da correggere con adeguati interventi nell'impianto di distribuzione dell'energia.
La formula da utilizzare per il calcolo è la seguente:

F.M. (€/lotto) = €/kwh x Σ $cons._i$ kwh/$operaz._i$-$ciclo_i$-proc.

[3] fattore di potenza a pieno carico ("coseno dell'angolo di sfasamento") entro il quale bisogna rimanere (fattore esposto in fornitura della F.M; es nominale:0,9. Se inferiore, la potenza assorbita è superiore, quindi si ha costo maggiore).

Impianti di Aspirazione con filtrazione (AsFi). Va precisato che alcune macchine operatrici sono munite di aspirazione propria, quindi questo servizio funziona solamente a macchina in moto (in lavoro o in attesa), quindi l'energia è inclusa nella potenza assorbita dalla macchina e la pulizia dei filtri viene inclusa nella pulizia di fine lavorazione.
Qualora ci fosse un impianto centralizzato di aspirazione, unico per tutte le macchine, si ritiene accettabile che il suo costo giornaliero (amm.to. + F.M. + pulizia filtri), attivo per le 8 ore lavorative dell'impianto, venga caricato su tutti i prodotti in lavoro contemporaneamente, distribuendo a ciascuno la quota di tempo di funzionamento, a macchina in moto, relativo al Centro di Lavoro con lavorazione più lunga. È tuttavia distribuibile anche con diversi criteri, anch'essi corretti. Data la difficoltà di attribuzione diretta, può essere anche considerato un costo "fisso di produzione" con una ripartizione media per singolo prodotto, accettando un dato meno esatto.

I costi calcolati permettono di arrivare al *costo macchina* (CM) sintetizzato dalla formula:

CM (€/lotto) = Cpp + Somma (Cmc_i x h-$lav.ciclo_i$) + Amm + Cut + F.M. + AsFi

Il *costo dell'operatore*, espresso in *costo/ora* deve essere reale e comprendere ogni possibile componente della retribuzione annua (incluse ferie, festività, tredicesima, trattamento di fine rapporto, premi), rapportato col numero di ore realmente presenti nell'anno in azienda. Il singolo operatore però svolge attività diverse e quindi vanno tenuti separati e distinti gli utilizzi del personale e il tempo dedicato alle differenti attività per poterle meglio organizzare. È per questo che assumono importanza le distinzioni di seguito esposte aventi come riferimento il ciclo di lavorazione del prodotto.

Tav 2 Le diverse attività dell'operatore e relativi tempi

- tempo operatore per programmare la macchina: attività a macchina ferma
- tempo operatore per preparazione macchina (regolazioni): attività a macchina ferma
- tempo operatore per attività su macchina (carico/scarico pezzi): attività a macchina in moto
- tempo operatore per pura sorveglianza macchina : attesa a macchina in moto
- tempo operatore per C.Q.(controllo qualità statistico): attività a macchina in moto/frequenza?
- tempo operatore per pulizia macchina (a fine lotto e giornata): attività a macchina ferma/frequenza?
- tempo operatore per servizio di processo (trasferimento prodotto tra i vari centri di lavoro)

Per arrivare al costo/ora di lavorazione complessivo (Clav/h) si deve compilare la Tav. 3 che permette la somma del Costo orario della macchina e del costo orario dell'operatore, distinti per ciascuna operazione del Ciclo produttivo.

Tav 3 Calcolo del costo orario di lavorazione complessiva

Ciclo di lavoraz. Cod… (relativo ad art. cod……/var.te….)						costo/Operazione
Operazione	Tipo macchina	m' macchina	costo macch €/h	m' operatore	costo oper. €/h	costo compl.vo €/h
Prelievo m.p. da mag.	carrello	m'_1	c 1	o'_1	Cop.	m_1xc_1 + o'_1xCop
Sbozzatura m.p.	A	m'_2		o'_2		
trasferimento a/b	carrello	m'_3		o'_3		
lavorazione ..X4….	B	m'_4		o'_4		
lavorazione ..X5….	"	m'_5		sorvegl.		
lavorazione ..X6….	"	m'_6		sorvegl.		
lavorazione ..X7….	"	m'_7		o'_7		
trasferimento b/c	transpallet	m'_8		o'_8		
lavorazione ..Y9….	C	m'_9		o'_9		
lavorazione ..Y10….	"	m'_{10}		sorvegl.		
lavorazione ..Y11….	"	m'_{11}		o'_{11}		
trasferimento c/d	rastrelliera	m'_{12}		o'_{12}		
ecc.	D					
assemblaggio	piano ass.	m'_{14}		o'_{14}		
trasferimento pa/v	rastrelliera	m'_{15}		o'_{15}		
verniciatura..V	imp.ver.	m'_{16}		o'_{16}		
trasferimento v/f	rastrelliera	m'_{17}		o'_{17}		
montaggio ferr.ta F	avvitatori	m'_{18}		o'_{18}		
trasferimento f/mag.	rastrelliera	m'_{19}		o'_{19}		

Conclusione

Risulta evidente che l'analisi dei costi di lavorazione passa attraverso la conoscenza dei tempi impiegati per ciascuna operazione necessaria, distinguendo il tempo della macchina da quello dell'operatore.
Chi conduce l'analisi dei costi deve anzitutto esaminare la corretta sequenza delle operazioni, escludendo le azioni non necessarie, spesso eseguite irrazionalmente per consuetudine.
Questa preliminare considerazione porta anche a evidenziare le *diseconomie* dovute alla non razionale localizzazione delle macchine di linea, inducendo in tal modo a individuare le migliori condizioni della disposizione (lay-out) delle diverse macchine e aree di lavoro per una produzione più efficiente.
Il processo produttivo scelto come prevalente per l'azienda è correlato strettamente con gli articoli prevalenti costruiti, che richiedono un Ciclo di lavorazione determinato con la tecnologia disponibile, influenzando l'installazione sequenziale delle macchine nel reparto produttivo.
Spesso accade che nel tempo, mutando le linee di prodotto prevalente, le macchine vengano a trovarsi dislocate in modo non favorevole per la massima efficienza cercata.

Non si può comunque ipotizzare lo spostamento delle macchine nel reparto, salvo nel caso di una netta scelta di ristrutturazione organizzativa per adattarsi a una situazione molto diversa dalla precedente. In tal caso la precedente rilevazione delle diseconomie viene in aiuto per le scelte opportune e per questo, è doveroso rilevarle.

Calcolare il costo orario di lavorazione complessiva permette di individuare i corretti costi di un prodotto e le inefficienze del sistema produttivo, informazioni utili per evitare una serie di possibili errori:

- produrre articoli che potrebbero essere piuttosto commercializzati, con maggiore profitto per l'azienda;
- praticare prezzi più competitivi perché costruiti su costi "sgonfiati" per un calcolo basato semplicemente su "medie" sbagliate;
- rinunciare a certe vendite perché, situazione opposta alla precedente, si ritiene di avere costi alti;
- non rendersi conto che i processi adottati sono superati, non competitivi;
- ritardare scelte di aggiornamento tecnologico utili per l'acquisizione di mercati, riducendo la propria competitività.

Nel prossimo articolo sarà affrontata la buona pratica della rilevazione dei tempi in produzione per arrivare a stabilire i veri costi di produzione e conseguente M.C.L. ottimale ottenibile per ciascun prodotto.

di Marco Zanon

Vendere o facilitare l'acquisto?

Spesso si è spinti dalla foga di illustrare al cliente tutte le migliori caratteristiche tecniche dei prodotti per concludere la vendita. Si tende in questo modo a mettere al centro dell'attenzione il serramento, ponendo in secondo piano il beneficio ricercato dal cliente, vero fattore in grado di facilitare l'acquisto.

Il cliente è sempre più bizzarro. Questo è il pensiero che almeno una volta ci è passato per la testa di fronte alle richieste sempre più particolari e talvolta inspiegabilmente dettagliate dei clienti. Per esempio: "desidero finestre di qualità che costino il meno possibile"; oppure: "sto cercando finestre in legno di rovere lamellare verniciato all'acqua"; qualcuno inoltre azzarda "devo comprare finestre con trasmittanza termica inferiore a…". Non si tratta di bizzarria quanto piuttosto della volontà del cliente di mostrarsi preparato di fronte al venditore. Questo perché il cliente non intende subire la vendita, ma vuole essere il protagonista principale, la "star" del suo processo d'acquisto e non una semplice comparsa.

Le richieste che ci presenta sono frutto di una raccolta di informazioni condotta presso conoscenti, amici, a volte qualche progettista, riviste e internet. Molto spesso queste richieste nascondono un'esigenza molto più profonda e legata a benefici ben più particolari e non limitati semplicemente all'essenza, al materiale utilizzato o ad un anonimo valore di trasmittanza termica. Il problema si acuisce nel momento in cui il serramentista, sottovalutando questo fatto, non si cura di approfondire il reale bisogno del cliente, si sofferma sulla sua richiesta generica e si limita a soddisfare solo questa elencando tutte le caratteristiche tecniche che rendono "grandi" i serramenti, perdendo l'opportunità di capire quale sia il reale beneficio che il cliente sta cercando. Il protagonista diventa così il venditore con il suo serramento togliendo i riflettori dal cliente – con i suoi benefici ricercati – il quale invece vuol essere e dovrebbe essere attore principale. Questo è uno dei primi motivi per cui il cliente, insoddisfatto, visita molti fornitori e raccoglie preventivi su preventivi. Vuole acquistare e non farsi vendere un serramento.

Dalla caratteristica tecnica al beneficio

La qualità di una finestra, più di altri prodotti, si esprime nell'ambito di un contesto. Principalmente un contesto abitativo, ma anche un contesto umano. Infatti, come la stessa finestra può essere più o meno adatta a diverse tipologie di casa o appartamento, così può essere più o meno adatta a diverse tipologie di utilizzatore finale. Risulta quindi assolutamente limitativo presentare le sole caratteristiche tecniche per far percepire al cliente la qualità di una finestra. È preferibile, anche se molto più impegnativo, capire come una finestra possa "funzionare" bene per il cliente, sia per la sua abitazione, sia per lui stesso, inteso come persona.

Diventa quindi fondamentale per il venditore, prima di presentare le caratteristiche tecniche dei serramenti, approfondire la conoscenza del cliente e per fare questo è necessario capire che il bisogno del cliente spesso non coincide con le richieste espresse a voce. Se questi chiede serramenti che costano il meno possibile, vuol dire che il suo obiettivo è il risparmio e forse vale la pena porre l'attenzione su questo beneficio, ricordando al nostro interlocutore che i serramenti meno costano e meno risparmio garantiscono nel lungo termine. Se il cliente cerca finestre in rovere lamellare, probabilmente ci sta comunicando tra le righe che predilige soluzioni resistenti con attenzione alla tradizione, elementi che probabilmente hanno ispirato l'acquisto o la ristrutturazione della sua abitazione, con un occhio di riguardo all'aspetto ecologico e alla sicurezza per l'ambiente familiare, se viene esplicitamente richiesta la vernice all'acqua, in verità utilizzata ormai da tutti i produttori. Chi chiede un preciso valore di trasmittanza termica sarà probabilmente interessato a poter accedere agli incentivi fiscali e quindi diventa importante per lui ricevere consigli e un servizio di assistenza per ottenere la detrazione del 55%. Gli esempi si possono moltiplicare. Approfondire la conoscenza del cliente non significa sottoporlo a un "terzo grado", quanto piuttosto capire, già nel corso del primo colloquio, quale sia il reale beneficio ricercato, decifrando, appunto, il suo contesto abitativo e umano. Chi vive in appartamento su una palazzina in centro città chiederà a una finestra benefici differenti rispetto a chi vive in una villetta in campagna. Rumori, pericolo di furti, tipologia di arredamento, clima, smog sono solo alcuni aspetti che rendono la medesima finestra assolutamente diversa per i due contesti abitativi. Un single chiederà alle proprie finestre benefici diversi da quelli ricercati per contro da una donna, sposata e con famiglia numerosa. Conoscere il cliente significa quindi acquisire quante più informazioni per capire quale sia per lui il vero beneficio che può ottenere dalla giusta finestra, elemento che varia sensibilmente da persona a persona. Per fare questo è necessario, con il cliente, fare domande, chiedere delucidazioni, accantonare momentaneamente le richieste generiche che vengono fatte in prima battuta per investigare sul reale motivo che induce il cliente a voler acquistare nuovi serramenti. Individuato il reale beneficio ricercato diventa facile proporre la finestra giusta, anche elencando le caratteristiche tecniche che sono in grado di far funzionare la finestra proprio come il cliente si aspetta. Ma quale è la differenza, agli occhi del cliente, tra il concetto di caratteristica tecnica, vantaggio e beneficio che contraddistingue un serramento? Per caratteristica si intende il dato tecnico oggettivo del serramento, come per esempio il valore di trasmittanza termica Uw, oppure il numero di guarnizioni o la presenza di gas argon per i vetri. Il vantaggio rappresenta la conseguenza della caratteristica per il cliente, ovvero cosa il cliente "usa" della caratteristica tecnica. Quando il vantaggio si tramuta anche in valore personale per il cliente allora quest'ultimo avrà ottenuto un beneficio. Ecco che solo "traducendo" le caratteristiche tecniche in reali benefici si è in grado di far capire al cliente quanto davvero valga la finestra che sta acquistando.
La tabella riporta solo alcuni esempi, utili anche come esercizio per capire come funzioni il processo che permette di tradurre la caratteristica tecnica, in vantaggio tecnico e quindi in beneficio per il cliente. È un esercizio che migliora con l'esperienza facendo sì che la professionalità incrementi non solo conoscendo alla perfezione la tecnicità dei serramenti, ma anche sviluppando la capacità di interpretare l'esigenza del cliente scavando sotto la sua generica richiesta.

Un cliente, tanti clienti

Fino a qui si è utilizzato genericamente il termine cliente per individuare colui il quale acquista i nostri serramenti. In verità nel processo di vendita il cliente è rappresentato da più compratori. Basti pensare al ruolo giocato nell'acquisto da marito e moglie dove i benefici ricercati e i conseguenti parametri di valutazione possono essere profondamente diversi. Prendendo a prestito la terminologia utilizzata nell'ambito delle teorie legate alla vendita complessa, è possibile individuare diverse tipologie di

CARATTERISTICA	VANTAGGIO	BENEFICIO
Valore U_w basso	Risparmio sulla bolletta energetica	4 giorni di vacanza in più per tutta la famiglia
Tripla guarnizione	Nessuno spiffero dall'esterno	La casa acquista un metro di spazio vicino alle finestre fino a quel momento non utilizzato Si può leggere il giornale vicino alla finestra godendo della luce del sole senza paura del freddo
Guarnizioni elastomero termoplastiche espanse	Rendono la battuta più morbida	La finestra si chiude senza dover imprimere forza
Chiusura antieffrazione	Difficoltà per i ladri di entrare nell'abitazione	Maggiore serenità nel tenere oggetti di valore in casa
Elevato abbattimento acustico R_w	Ripara dai rumori esterni	Ci si può concedere un'ora di sonno in più senza il disturbo del traffico del primo mattino
Doppia ribalta	Permette di avere 2 ante mobili al posto di 1 soltanto	Pur lasciando gli oggetti sul davanzale si può ottenere una veloce e completa areazione della stanza

compratore che dall'acquisto vogliono trarre benefici diversi l'uno dall'altro:

- *il compratore utilizzatore*. È colui che in prima persona beneficerà dell'acquisto e quindi è più sensibile ai vantaggi funzionali che la finestra è in grado di offrire;
- *il compratore economico*. È colui che ha la disponibilità economica e quindi è più sensibile, rispetto alle altre figure, all'aspetto finanziario dell'acquisto. Ha facoltà di dare l'approvazione finale all'acquisto;
- *il compratore tecnico*. È chi svolge il ruolo di selezionatore delle offerte e ha facoltà di opporsi categoricamente alla decisione d'acquisto;
- *l'allenatore*. Non è un compratore, ma ricopre un ruolo importante nel consigliare i compratori. È colui che è in grado di influenzare la scelta;
- *il prescrittore*. Ricopre un ruolo simile all'allenatore, ma a differenza dell'allenatore ha una competenza specifica che rende la sua influenza qualificata sotto l'aspetto tecnico.

Nell'ambito del processo d'acquisto la stessa persona può assumere diversi ruoli di compratore. Tuttavia l'esperienza porta ad accomunare alcuni ruoli a specifiche figure. Per esempio il compratore utilizzatore è spesso rappresentato dalla moglie che gestendo la casa è più attenta a valutare la finestra come elemento in grado di "funzionare bene" nell'abitazione, anche in termini di estetica e design.
Il compratore economico si identifica generalmente con il marito, ultimamente anche con i suoceri o i genitori per i giovani sposi o per quei figli che decidono di staccarsi dalla famiglia per andare ad abitare da soli. È comunque colui che nella decisione d'acquisto pondera l'aspetto della spesa. Mentre il compratore utilizzatore e più sensibile ai benefici funzionali, il compratore economico è più sensibile ai benefici finanziari come le dilazioni di pagamento, i finanziamenti e a tutto ciò che può rendere meno impegnativa la spesa.
Il compratore tecnico non è facilmente definibile come le figure già elencate, nel senso che può essere il marito come la moglie, il genitore, il figlio o i suoceri ed è comunque colui il quale nel processo d'acquisto cerca di valutare la visione d'insieme. Il compratore tecnico tende a scartare la scelta nel momento in cui si rende conto che l'acquisto, nel lungo termine, non porta benefici proporzionali alla spesa. Il compratore tecnico è sensibile per esempio al risparmio che nuove finestre permettono di perseguire sulle spese di riscaldamento o all'incremento di valore che può acquisire l'abitazione con finestre ad alta prestazione.
L'allenatore è tipicamente il conoscente o il parente che fornisce il consiglio e favorisce il passaparola in virtù della sua esperienza positiva (o negativa). È importante perché influenza la decisione d'acquisto ed è sensibile alla possibilità di essere riconosciuto come solutore di un problema.
Il prescrittore è il ruolo che di solito assume il progettista che sta collaborando con il nostro cliente. La sua influenza è tanto più importante quanto più il cliente si sente impreparato e quanto più il venditore non sa cogliere e interpretare i benefici ricercati dai compratori utilizzatore, economico e tecnico.
Molto spesso chi vende non presta attenzione ai diversi pesi, tutti fondamentali, che assumono i diversi compratori nel processo di acquisto. A volte la commessa non va in porto proprio perché si pensa a condurre la vendita solo in capo a un unico interlocutore, magari quello che all'inizio ci sembra più incline ad accettare la nostra offerta, quando invece gli attori dell'acquisto sono più di uno e tutti volti a perseguire un diverso beneficio. Ecco che il venditore a volte è chiamato non tanto a vendere un serramento quanto piuttosto a gestire con attenzione gli equilibri che vengono a instaurarsi tra i diversi attori del processo d'acquisto. Chi non si è trovato a gestire situazioni in cui non si riesce a capire se la commessa andrà in porto perché neppure i diversi attori dell'acquisto sanno accordarsi? La via della soluzione sta nella capacità del venditore di saper interpretare i ruoli presentando con equilibrio a tutte le tipologie di compratore il beneficio che ognuno di loro ricerca.
Il serramentista chiamato ad affrontare la vendita deve quindi saper anzitutto fotografare il proprio cliente, il suo contesto abitativo e personale, per individuare il reale beneficio che egli sta cercando nell'acquisto delle finestre, senza fermarsi alla sua generica richiesta, per poi saper interpretare i ruoli dei diversi compratori nel processo d'acquisto. Alcuni penseranno che bisogna essere più psicologi che serramentisti, ma non è così. È sufficiente allenarsi a pensare con la testa del cliente. Solo in questo modo il venditore può essere vissuto non come una figura preposta a spingere la vendita, quanto piuttosto come un risolutore di dubbi, un informatore di benefici, in grado di rendere agevole la scelta e facilitare l'acquisto.

di Viviana Barocco

Ma il tuo sito **“lavora” bene?**

In questo periodo sto tenendo un corso - il sito aziendale efficace - rivolto ad aziende impegnate nel settore meccanico. Questa esperienza mi conferma che nelle aziende domina curiosità, accompagnata da grande confusione riguardo al sito web, mezzo potenzialmente utile per lo sviluppo dell’economia aziendale.

Libri, siti e blog animati da esperti professionisti, ma anche da troppi opinionisti a mio parere, informano sulle ultime tendenze, delineano principi a cui attenersi, presentano nuove soluzioni tecnologiche e mettono a disposizione tutto quello che ora si conosce in termini di usabilità, accessibilità, *SEO* (ottimizzazione) e molto altro ancora.
Questo bagaglio di informazioni è a disposizione di tutti ma è così vasto che per gestirlo bisogna essere dei professionisti in modo da non incorrere in errori e creare danni al proprio sito. Ad esempio alcuni si lanciano nell’inserimento di *keywords* (le parole chiave) nei *meta tag* (è la parte di una pagina web scritta a uso quasi esclusivo dei motori di ricerca) senza assicurarsi che le medesime parole siano presenti anche nei testi delle pagine del sito aziendale. Così operando i motori di ricerca vengono -a volte involontariamente- raggirati. Google reagisce a questo comportamento penalizzando il sito; questo significa che lo sposta a un livello più basso nella lista dei siti che propone. Va prestata molta attenzione: alcune operazioni sono semplici da eseguire ma se fatte con troppa leggerezza hanno effetti tangibili e negativi.
Come orientarsi all’interno di questo universo? La soluzione non è diventare degli esperti di internet ma concentrarsi sul proprio sito aziendale. Il primo passo è vedere se fa quello per cui avete pagato: farvi trovare.

Fig.1

Fig.2

Google
www.studiocentromarketing.it
Cerca
StudioCentro Marketing
nostri articoli di StudioCentro Marketing
la gestione della Forza vendita (a cura di Vladimiro Barocco)
mappa :: StudioCentro Marketing
editoria aziendale di StudioCentro Marketing
marketing strategico–operativo di StudioCentro Marketing
istruzioni e limitazioni d'uso di StudioCentro Marketing
Maria Parmigiani - E-mail, indirizzo, numero di telefono, tutto!
Paolo Savignano - E-mail, indirizzo, numero di telefono, tutto!

Come verificare l’efficacia di un sito?

Con il vostro *browser* (ad esempio Explorer o FireFox) collegatevi a www.google.it e inserite nel campo di ricerca il dominio del vostro sito (Fig. 1) ad esempio *www.ilmiosito.it* e osservate il risultato che dovrebbe essere simile alla schermata mostrata in Fig. 2.
Controllate i risultati di Google e rispondete a queste domande:

- il mio sito è presente?
- Sono *indicizzate* (presenti) tutte le pagine del mio sito o soltanto alcune? E io so quante e quali pagine compongono il mio sito?
- Sono presenti anche risultati che riguardano la mia azienda ma non portano al mio sito (ad esempio ci sono link verso “Pagine Gialle on-line” o portali di settore)? Questi link portano a pagine in cui si parla bene della mia azienda?

Se giudicate le vostre risposte insoddisfacenti, vi suggerisco di rivolgervi a un professionista, anche allo stesso webmaster che ha realizzato il vostro sito, per ricercare le cause dell’insuccesso e le possibili soluzioni.
Nel frattempo vi anticipo alcune probabili risposte e le relative soluzioni.

Il sito è formato da numerose pagine *ma è indicizzata unicamente l’***home-page** (la prima pagina)!
Probabilmente il vostro sito inizia con un’*animazione flash* (il logo che fluttua sulla pagina con effetti simili a un trailer cinematografico) e ai motori di ricerca questi effetti sono indigesti per cui hanno difficoltà a “entrare” nel vostro sito per indicizzare i suoi contenuti per poi proporli ai navigatori. Una soluzione è creare una pagina in html con la mappa del sito che riporti tutti i link alle pagine che lo compongono e segnalarla a Google collegandosi a www.google.it/intl/it/add_url.html.
In alternativa si può rimuovere l’introduzione flash: questo va fatto non tanto perché indigesta ai motori di ricerca - infatti con opportuni e attenti accorgimenti si può superare il problema - ma perché la maggioranza dei navigatori non la gradisce, infatti al di fuori dell’Italia sono ormai scomparse. Flash rimane uno strumento valido ma se usato appropriatamente, ad esempio per spiegare particolari punti di forza del vostro prodotto che in caso contrario necessiterebbero di lunghe e pedanti descrizioni.
Il sito è grande ma *solo poche pagine sono indicizzate!*
Ultimamente riscuotono successo i *siti dinamici* che permettono alle aziende di aggiornare autonomamente il loro sito ad esempio inserendo automaticamente nuove pagine di notizie. Questi siti hanno pagine con url (indirizzo) del tipo *http://www.ilmiosito.it/site/d_page.asp?IDPagina=7&Section=* indicizzabili a fatica dai motori di ricerca.
Una soluzione è rinominare queste pagine assegnando nomi più semplici del tipo www.ilmiosito.it/finestre-classe-a.htm.
Ma attenzione Google sta chiedendo di lasciare le url inalterate informando che si districherà autonomamente tra i parametri del sito. Questo accade perché un numero crescente di siti applica male questa tecnica del *re-write* (riscrittura) causando seri problemi e addirittura ostacolando l’indicizzazione. Il problema rimane: le pagine andrebbero rinominate per favorire il loro posizionamento - e gli esperti programmatori continueranno a farlo - ma il lavoro deve essere fatto bene altrimenti si patisce un danno.
Tra i primi risultati di Google c’è il *link a un blog in cui un cliente insoddisfatto parla male della mia azienda*!
Purtroppo in questo caso c’è poco da fare, anche ottenendo la censura di questo sfogo la notizia continuerà a esistere nella rete nonostante la fonte originale sia stata cancellata. La soluzione è prevenire queste lamentele predisponendo nel proprio sito un contatto “reclami” in modo che la lamentela giunga direttamente a voi dandovi modo di rimediare.

Perche Google è importante

Google merita attenzione perché è la principale fonte di visite verso il vostro sito, addirittura l’Italia si contraddistingue per l’abitudine di accedere a un sito tramite un motore di ricerca attraverso il suo url, forse perché non si è sicu-

azienda che per "comunicare" investe anche nella rete
azienda che si limita a investire nel solo suo sito web
Visite provenienti dai motori di ricerca.
Visite di utenti che hanno fatto clic verso un sito a partire da un altro sito (un portale di settore, un sito di categoria, un blog...)
Traffico diretto, originato da un clic su un segnalibro (sistema che permette di memorizzare una lista di siti nel proprio programma di navigazione per ritrovare velocemente un dato sito) o digitando l'URL del sito direttamente nel browser

ri del nome corretto del sito.
La prima "torta" si riferisce a un sito che ho creato da qualche mese per un'azienda che ha programmato una campagna di comunicazione on-line basata su presentazione dell'azienda in portali di settore, invio di newsletter per il lancio di nuovi prodotti e pagine-vetrina dedicate ai suoi prodotti di punta in siti rivolti ai suoi potenziali clienti. Si notano in verde le numerose visite provenienti appunto da questi portali di settore.
Sono elevate anche le visite dirette segnalate in azzurro, questo perché l'azienda tesse con costanza una rete di contatti diretti con gli architetti promuovendo conferenze, partecipando a eventi e recandosi direttamente negli studi di architettura.
Oltre la metà degli ingressi sono generati dai motori di ricerca, e divengono quasi la totalità - come mostrato nel secondo grafico - nel caso di siti appartenenti ad aziende che non investono con costanza in pubblicità sulla stampa, in materiale divulgativo come pieghevoli di prodotto o company-profile, e in una rete di venditori sul territorio. Se si analizzano in dettaglio le sorgenti di traffico (terza "torta") balza agli occhi che Google è il motore per eccellenza, mentre tutti gli altri sono relegati a un ruolo minoritario. Per il momento è importante avere un occhio di riguardo nei suoi confronti.

Google è il motore per eccellenza, mentre tutti gli altri sono relegati a un ruolo minoritario.

di Samuele Broglio

Analisi e prospettive

La caduta libera sembra essersi arrestata, ma il domani rimane difficile. Oltre agli incentivi del 55%, quali altre prospettive si pongono per il mercato del serramento?

L'anno appena concluso è stato senza dubbio uno dei più difficili dal secondo dopoguerra e, per chi come me ha una quarantina d'anni, il più difficile che si ricordi. La crisi mondiale ha colpito indifferentemente tutti i settori e quindi anche il nostro non poteva venire risparmiato. Per quanto ci riguarda la crisi generalizzata è stata amplificata dalle conseguenze della "sbornia edilizia" che ha colpito il settore immobiliare nel recente passato; infatti negli ultimi anni in Italia sono state costruite più di 300mila nuove abitazioni all' anno, quando molti studi più che autorevoli (fonti CRESME) danno per il nostro Paese un punto di equilibrio compreso tra le 230.000 e le 250.000 nuove abitazioni. Ciò ha creato un consistente stock di invenduto, cosa questa che, combinandosi con la diminuita capacità di spesa delle famiglie e con la stretta creditizia operata dalle banche, ha portato a un drastico calo delle costruzioni, che nell'anno appena trascorso non dovrebbero superare di molto le 200.000 nuove unità. Ciò logicamente ha avuto una drammatica ripercussione sulle aziende che nella maggior parte dei casi hanno visto decrescere sensibilmente i propri fatturati, cosa questa ancor più drammatica per quelle realtà che, confidando in un mercato immobiliare vivace, avevano di recente operato grossi investimenti volti all'aumento della produttività. Gli effetti di tale riduzione poi sono stati amplificati dal fatto che negli scorsi anni i prezzi degli infissi si sono mantenuti bassi ad onta di un mercato di riferimento in forte espansione (si ricorda che negli ultimi 8/10 anni il prezzo delle abitazioni ha avuto un aumento di circa il 40%, mentre il prezzo degli infissi in molti casi è rimasto sostanzialmente invariato), il che ha ridotto gli utili a un livello minimale impedendo alle ditte di fare cassa in modo tale da avere gli strumenti per contrastare gli effetti di un periodo di contrazione. In questo quadro fondamentalmente fosco l'unica nota positiva è stata rappresentata dalle riqualificazioni energetiche agevolate con il 55% di sgravio IRPEF, che per molte aziende hanno rappresentato una vera e propria benedizione, permettendo loro di non vedere ridotti i volumi al di sotto del minimo vitale. Ciò dimostra, se mai ve ne fosse bisogno, che la battaglia combattuta a inizio anno da tutte le Associazioni del settore serramento (Confartigianato, Federlegno, CNA, UNCSAAL ecc…) per scongiurare il rischio di eliminazione di questo importante incentivo, è stata giusta e doverosa.

Un domani difficile

Quali prospettive per il prossimo anno? Non nascondiamoci la realtà, anche il prossimo anno sarà difficile, in quanto una buona parte dello stock di invenduto permane, la capacità di spesa delle famiglie non è migliorata, ma in molti casi si è addirittura ridotta mentre le banche, nonostante quanto viene da loro dichiarato pubblicamente, nella pratica di tutti i giorni proseguono nella loro politica di stretta creditizia. Non è quindi pensabile che a breve si veda una robusta ripresa delle costruzioni, anche se in una situazione molto volatile come quella attuale è ben difficile fare previsioni. In ogni caso si può pensare che la discesa sia ormai finita e che per il prossimo anno ci aspetti una situazione sostanzialmente simile a quella vissuta nell' anno appena trascorso, il che per quanto magra, è sempre una consolazione. Per il 2010 rimane l'agevolazione del 55% per le riqualificazioni energetiche, anche se i valori di trasmittanza termica da rispettare per accedervi si abbasseranno drasticamente comportando un aumento del prezzo dei serramenti causato da inderogabili esigenze tecniche (spessori maggiorati, vetri a basso U_g, canalini a prestazione termica rinforzata). Ciò non sarebbe un problema se i nostri acquirenti fossero adeguatamente informati.

Puntare all'informazione del cliente

Nell'economia di gestione di un'abitazione, dove, calcolando il costo totale della medesima su di un periodo di 30 anni, i costi di costruzione rappresentano non più del 20% dell'importo, mentre il restante e composto dai costi di mantenimento, il risparmio derivante dall'installazione di un serramento avente un U_w inferiore agli 1,6 W/m^2K in luogo di un altro avente un U_w superiore ai 2 W/m^2K compensa abbondantemente l'aumento di costo dell'infisso anche senza prendere in considerazione l'incentivo statale. Purtroppo i nostri acquirenti non sono preparati sui nostri prodotti, e quindi persone che cambiano un'automobile che copre 12 km con un litro di carburante perché il nuovo modello arriva a coprirne 17, non calcolano minimamente il risparmio derivante dalle prestazioni degli infissi, il che tende ad appiattire il nostro mercato verso il basso e a far sì che i clienti non considerino più pagante un'opportunità che al contrario lo è molto. Il Gruppo di Mestiere Legno di Confartigianato, durante l'ultima riunione della Federazione Nazionale Legno-Arredo, ha deciso da un lato di richiedere ufficialmente una proroga del 55% agli anni 2011/2012, cosa questa molto difficile da ottenere viste le posizioni già espresse dal ministro Tremonti; dall'altro di fare tutto quanto in suo potere per rendere edotti i potenziali acquirenti sui vantaggi derivanti dalla sostituzione degli infissi.

Stimolare la riqualificazione dell'esistente

Vi è qualche nota positiva nella situazione attuale? A mio avviso solo una. Visto che il bisogno aguzza l'ingegno può darsi che tutti noi, di fronte ai problemi derivanti dalla crisi in atto, riusciamo a cambiare il target del nostro mercato. La realtà è che, lavorando per i costruttori edili e non agendo sul consumatore finale, le richieste tendono ad abbassarsi, in quanto il costruttore agisce per massimizzare il suo margine d'utile anche a scapito della qualità dell'opera. In Italia la cosa ha raggiunto proporzioni inaccettabili, tanto che l'ultimo rapporto CRESME dichiara che una buona parte degli edifici italiani costruiti negli ultimi 10 anni presentano valori di risparmio energetico assolutamente non in linea con gli standard in vigore negli altri Paesi europei. Ciò si ripercuote necessariamente anche sugli utili delle aziende, visto che per accaparrarsi le commesse queste sono costrette a ridurre all'osso i prezzi, a tutto vantaggio dei guadagni dei costruttori edili e degli immobiliaristi. Se si riuscirà ad aumentare la percezione del valore del nostro prodotto nei clienti finali, se si riuscirà a far comprendere ai proprietari di abitazioni che la sostituzione degli infissi obsoleti è tutta a loro vantaggio, allora ci si verrà a trovare in una situazione simile a quella che ha contraddistinto il settore dell'automobile negli ultimi anni, settore che ha vissuto e prosperato più sulla sostituzione dell'esistente che non sull'aumento del parco circolante. Ricordiamoci che tutti gli stabili risalenti agli anni '50, '60, '70, '80, e una buona parte di quelli costruiti negli anni '90, necessitano di profonde riqualificazioni per adattarsi alle moderne esigenze derivanti sia dalla necessità di ridurre l'inquinamento sia dall'aumentato costo dei prodotti energetici. È un mercato immenso, allo stato attuale quasi dormiente, in grado di assicuraci lavoro per molti anni a venire e assolutamente non in mano alle imprese edili. La domanda è: saremo in grado di stimolarlo?

di Luca Pozza

L'opportunità del Piano Casa

Rilanciare il settore edile, e l'economia in generale, attraverso l'ampliamento degli edifici esistenti: questa in estrema sintesi l'intenzione del Piano Casa. Un meccanismo che potrà ingranare snellendo e mettendo ordine al guazzabuglio di legge regionali.

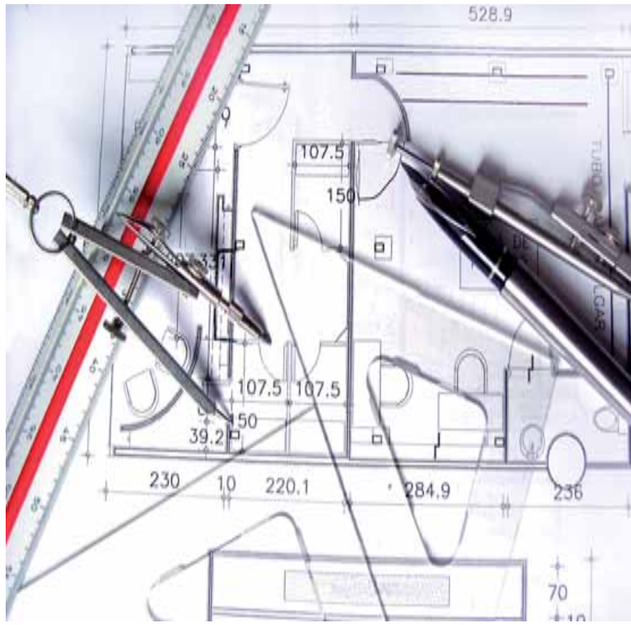
Ha avuto il via libera la scorsa primavera e, a conti fatti, viene considerata una delle manovre più importanti approvate nel 2009 dal Governo. Stiamo parlando del Piano Casa, che nelle intenzioni dovrebbe rilanciare il settore e, più in generale, l'economia, consentendo ai cittadini di aumentare la cubatura degli edifici, oltre che a venire incontro alle classi più disagiate dando nuovi alloggi alle giovani coppie e alle categorie maggiormente in difficoltà. Pur in una situazione di crisi economica e con i tassi di interessi più o meno vantaggiosi, una ricerca dell'Istat evidenzia che in Italia più del 70% vivrebbe in case di proprietà, una percentuale che secondo i dati Censis, arriverebbe a sfiorare l'80% se si considerano anche extracomunitari e nuove famiglie.
Un'opportunità dunque per alcune decine di milioni di proprietari di abitazioni, che nel contempo sembra in grado di rappresentare un volano per l'intero settore: le previsioni sugli effetti del provvedimento ipotizzano che almeno 60-70 mila operatori della filiera delle costruzioni (una parte di questi sarebbero nuovi assunti) trarranno beneficio dalla ripresa dei lavori, anche se su questo dato i pareri sono contrastanti.
Il Piano Casa, che rappresenta un accordo stipulato dal Governo con Regioni ed Enti locali (sottoscritto il 31 marzo 2009), era stato lanciato originariamente nella manovra finanziaria dell'estate 2008 e comprende il Piano straordinario per l'edilizia residenziale pubblica, pensato per riammodernare il patrimonio immobiliare pubblico e finalizzato a dare un alloggio sociale alle famiglie disagiate e a basso reddito, anziani in condizioni sociali svantaggiate, giovani coppie, studenti fuori sede, sfrattati, immigrati regolari a basso reddito, residenti da almeno dieci anni in Italia o da cinque nella stessa Regione.
Il Cipe (Comitato interministeriale per la programmazione economica) ha assegnato alla realizzazione del Piano straordinario un primo stanziamento per complessivi 350 milioni di euro, destinati a diventare 550 milioni nell'arco di tre-quattro anni. Dei primi 350 già stanziati, 200 sono da ripartire tra le Regioni per l'edilizia popolare, mentre gli altri 150 milioni sono destinati al sistema integrato di fondi immobiliari per l'incremento della dotazione degli alloggi sociali.
L'Ance (l'Associazione nazionale costruttori edili) ha stimato un impatto forte sullo stock di case e di fabbricati non residenziali, pari a un milione di stanze in più. Previsioni che ipotizzano nuove stagioni di intenso lavoro per il settore delle costruzioni abitative, sia pure con una gran varietà di eccezioni, condizioni e paletti, legate anche alle scelte delle varie regioni (di cui si parla più avanti). Per l'Ance, tuttavia, ci vorrà ancora tempo perché l'intero meccanismo possa partire in maniera decisa: la stima è che l'impatto sui livelli produttivi del settore potrà avvenire solo a partire dalla seconda metà del 2010 a causa dei ritardi legislativi sia da parte del governo che delle Regioni nel concretizzare l'accordo di fine marzo. Di fronte la guazzabuglio di leggi e delibere, da parte sua la Finco (la Federazione industrie prodotti, impianti e servizi per le costruzioni di Confindustria) sollecita il varo del decreto legge sugli snellimenti procedurali e il varo delle normative da parte delle quattro regioni che ancora mancano all'appello.

Le norme più curiose delle varie Regioni

In attesa che il Governo semplifichi e snellisca le procedure, le Regioni italiane si sono mosse autonomamente con i loro piani-casa, così come prevedeva l'accordo. Quindici di esse (più la Provincia di Bolzano) hanno già approvato le relative leggi, quattro stanno per vararle (o hanno deciso di farlo) e solo la Provincia di Trento ha rinunciato. Il risultato è un grande caos di norme, in cui non è facile orientarsi, ma anche concessioni originali e per certi aspetti innovative, anche sotto il profilo ambientale.
Ha fatto da apripista la TOSCANA, la cui presentazione della legge è datata 8 maggio 2009, limitando i premi di ampliamento a edifici mono e bifamiliari ma con superficie non superiore ai 350 mq.
Più consistenti i bonus riconosciuti dal VENETO (l'approvazione della legge risale all'8 luglio) per la ricostruzione di edifici realizzati prima del 1989 che potranno arrivare fino al 40% della volumetria esistente per il residenziale, a condizione che si utilizzino fonti energetiche rinnovabili e tecniche di bioedilizia.
La Regione LOMBARDIA (16 luglio) condiziona il bonus del 30% per la ricostruzione alla diminuzione del fabbisogno annuo di energia per la climatizzazione invernale, mentre il LAZIO (6 agosto) concede un bonus volumetrico del 40% nel caso in cui l'intervento sia realizzato in base a un progetto vincitore di concorso di progettazione architettonica.
La LIGURIA (31 agosto) ha invece escogitato un "bonus-spezzatino" per ingrandire casa: +60% per edifici fino a 200 mc; +20% per edifici fra 200 e 500 mq e +10% fra 500 e 1.000 mc; per poter usufruire invece del bonus volumetrico del 35%, l'intervento dovrà ridurre il rischio idrogeologico e permettere il miglioramento della qualità architettonica e l'efficienza energetica del patrimonio edilizio.
Infine la Regione BASILICATA (7 agosto) riconosce un bonus volumetrico del 30% a condizione che siano rispettate le norme sismiche e sia migliorata la prestazione energetica dell'edificio: il premio di cubatura può arrivare al 40% se si utilizzano tecniche costruttive di bioedilizia, impianti fotovoltaici e se la dotazione di verde privato viene aumentata.
Sul sito web del Governo Italiano, comunque, è possibile leggere e scaricare tutte le leggi emanate finora dalle Regioni: www.governo.it/GovernoInforma/Dossier/casa_piano/

I punti principali del Piano Casa

1. Per gli edifici residenziali uni-bifamiliari o comunque di cubatura non superiore a 1.000 metri possibilità, di ampliamento entro il limite del 20% della volumetria esistente;
2. Per gli immobili non residenziali (capannoni, negozi, magazzini, siti turistici) ampliamento del 20% della superficie coperta;
3. Per edifici costruiti prima del 1989, in caso di demolizione e ricostruzione, possibilità di ampliamento per edifici a destinazione residenziale entro il limite del 35% della volumetria esistente, al fine di migliorarne qualità architettonica ed efficienza energetica;
4. Semplificazione delle procedure per velocizzare la concreta applicazione della manovra: ad esempio per iniziare i lavori non sarà necessario il permesso di costruire, sarà sufficiente la Dia (Denuncia di inizio attività);
5. Per le prime case sconto del 60% degli oneri di costruzione, azzerati se abitazioni per disabili o invalidi;
6. Ulteriori agevolazioni se si utilizzano tecnologie per l'uso di fonti di energia rinnovabile;
7. Sono esclusi interventi edilizi di ampliamento su edifici abusivi o nei centri storici o in aree di inedificabilità assoluta.



Marcatura CE: **siamo pronti?**

di Giovanni Tisi

Manca poco, ormai, all'entrata in vigore definitiva della Marcatura CE dei serramenti. Ma quanto siete marcati? Scopritelo con il nostro questionario.

Nonostante se ne stia parlando da almeno 4 anni, la complessità della norma e delle sue interpretazioni, la sovrapposizione con altre normative, l'oggettiva difficoltà a calare una norma europea in un mercato tanto frazionato, hanno generato tale e tanta confusione che non ci sembra inutile riepilogare in forma schematica l'insieme degli adempimenti necessari per poter affermare di essere in linea con quanto richiesto.

UN BREVE RIPASSO

La norma è attuazione di una direttiva europea sui materiali da costruzione; ha come obiettivo generale la protezione del consumatore finale soprattutto mediante l'informazione sulle caratteristiche del manufatto venduto. Si presume che dovendo dichiarare la qualità in modo esplicito, automaticamente si sarà portati a produrre meglio, e si presume che, dovendo dichiarare la qualità oggettivamente misurata in laboratorio, si dia origine a un mercato più trasparente, che privilegia gli operatori più qualificati rispetto a quelli meno attenti.
Relativamente alla Qualità dell'infisso è richiesto di dichiarare il valore di permeabilità all'aria (e quindi l'assenza di spifferi), e la tenuta all'acqua (e quindi l'assenza di infiltrazioni).
Un altro aspetto fondamentale che riguarda la protezione del consumatore è la garanzia che il prodotto sia sicuro nell'utilizzo e nella manutenzione, cioè che si siano messe in atto le soluzioni più idonee per eliminare i cosiddetti 'rischi evitabili'.
Relativamente alla sicurezza si richiede di fornire evidenza della capacità di resistere alla spinta di colpi di vento senza subire danneggiamenti e/o rotture, e di garantire che i sistemi di chiusura siano in grado di ritenere in modo sicuro gli elementi mobili anche in caso di sovraccarico accidentale (tenuta della forbice).
A corollario, per ragioni diverse - legate principalmente al risparmio energetico - è necessario fornire il valore complessivo della trasmittanza termica e delle caratteristiche della superficie vetrata prescelta.

CHI DETERMINA QUESTI VALORI?

Per i serramenti normali è stabilito che le prestazioni vengano determinate da un Laboratorio Notificato su campioni scelti dal produttore.
Il produttore è responsabile che i campioni rappresentino la sua produzione.
Non mi dilungo sulla possibilità che questi valori vengano ceduti in cascading da terzi, perché se ne è già parlato fin troppo su queste stesse colonne: penso che a questo punto ogni operatore abbia maturato la sua motivata scelta.
Mi interessa invece sottolineare una cosa estremamente importante e spesso sottaciuta: le portefinestre che rappresentano una via di fuga (antipanico, per capirci), NON seguono questo sistema di attestazione, e pertanto NON POSSONO ESSERE MARCATE CE: attenzione a non dichiarare il falso, soprattutto in un ambito tanto pericoloso quanto la sicurezza delle persone in caso di incendio.

CHI GARANTISCE QUESTI VALORI?

La garanzia che le prestazioni misurate su un campione siano effettivamente applicabili a TUTTA la produzione e quindi anche allo specifico serramento installato in casa mia, è demandato all'obbligo previsto dalla norma di istituire e mantenere un sistema di qualità interno (dall'oscuro nome di FPC, cioè Factory Production Control).
Non avere o non mantenere un tale sistema di controllo della qualità vanifica 'alla radice' l'intero processo di marcatura: è concesso al produttore di fare solo UNA prova iniziale per ogni prodotto, solo perché il produttore stesso si impegna a garantire che TUTTA la sua produzione è conforme al campione.
Come comunica al cliente le prestazioni del prodotto?
La norma OBBLIGA a comunicarle, lasciando qualche libertà sul 'come' realizzare questa comunicazione.
La strada più normale è utilizzare uno dei tanti documenti già esistenti, per esempio la SCHEDA PRODOTTO (già obbligatoria), ma non è vietato che la comunicazione avvenga in qualche altra forma, purché questa sia funzionale allo scopo. Non ci dimentichiamo che il destinatario di queste informazioni, nonché delle necessarie istruzioni sull'uso, sulla manutenzione e sullo smaltimento a fine vita del prodotto, è il cliente finale, la "Signora Maria" che si troverà a utilizzare il prodotto per tutta la sua vita utile.

QUESTIONARIO SEMISERIO

Quanto sono marcato?
10 domande per fare il punto

Visto che vanno tanto di moda, 10 domande non si negano a nessuno. Coprite la colonna a fianco e provate a rispondere alle domande. Confrontate quindi le risposte con quelle pubblicate: vi potrete fare un'idea di quanto avanti siete nel processo di marcatura dei vostri prodotti.

1 Quanti campioni ho sottoposto a prova?
A zero **B** due **C** quattro **D** tutti

2 Qual è il migliore risultato ottenuto per la tenuta all'acqua?
A 3C **B** 7A **C** non ricordo

3 I certificati di prova vanno esposti in ufficio?
A sì **B** no **C** non so dove siano

4 Le prestazioni determinate sul campione a battenti si applicano agli alzanti?
A sì **B** no **C** non so

5 Qual è il valore minimo ammesso per la tenuta all'acqua per immettere un serramento sul mercato?
A n.p.d. **B** almeno 1A **C** almeno classe 3

6 La trasmittanza termica nella mia zona climatica deve essere almeno:
A 40db **B** classe b **C** da 2 a 3 w/m2k

7 La marcatura ce secondo la uni en 13659 diventa obbligatoria a febbraio 2010
A sì **B** forse **C** no, è già obbligatoria

8 Cos'è l'FPC?
A l'insieme delle prove iniziali **B** il controllo di qualità
C un valore non provato

9 Nelle offerte indico le prestazioni del serramento?
A no **B** sì **C** solo quelle richieste dal capitolato

10 L'utilizzo improprio di un serramento causa un danno (grave): ne sei responsabile?
A sì, sempre **B** no, mai **C** sì se non ho avvertito l'utente

risposte

Per le risposte giuste si segni un ***punto CE***, per quelle sbagliate un ***punto*** ☹; per quelle indecise un ***punto Pinocchio***: alla fine si fanno le somme.

1 Non esiste un numero necessario minimo di campioni. L'importante è che sia rappresentata l'intera produzione. Viste le numerose tipologie di serramenti, spesso si è adottato uno schema progressivo: ogni anno si va a provare qualche nuovo manufatto.
A nulla **B** e **C** *CE* **D**: *Pinocchio*

2 Chi ha risposto **3C** lo ha confuso con la tenuta al carico del vento, quindi **A** = ☹, chi ha risposto **B** o comunque conosce la sua prestazione prenda un *punto CE*, chi non la ricorda un *Pinocchio*.

3 Non è obbligatorio esporre alcunché, ma nessuno lo vieta: *CE* per chi ha risposto **A** o **B**, *pinocchio* per chi ha risposto **C**.

4 No, non sono estendibili: gli scorrevoli, come i bilici, sono prodotti separati. **A** ☹ **B** *punto CE* **C** *Pinocchio*

5 A oggi la risposta giusta è la prima: Npd è ammissibile come indicazione per la tenuta all'acqua; non è ammissibile invece per trasmittanza termica e tenuta all'aria.
Quindi: **A** *punto CE* **B** e **C** *Pinocchio*

6 La risposta giusta è evidentemente la **C** *punto CE*.
A si riferisce alla prestazione acustica, **B** alla classe energetica dell'edificio: ☹ per entrambe.

7 Domanda tranello: la norma citata riguarda la marcatura CE delle PERSIANE, obbligatoria sin dall'aprile 2006, quindi **A** e **B**: *Pinocchio*; **C** *punto CE*.

8 L'FPC è quel malloppo o quel Cd-rom che 'qualcuno' ha consegnato al termine di qualche corso: contiene le procedure OBBLIGATORIAMENTE avviate nella propria azienda per poter garantire la qualità del prodotto. **A** e **C** *Pinocchio* **B** *punto CE*

9 Nessuno obbliga a indicare le prestazioni in sede di offerta iniziale; però è evidente che se ne trae un vantaggio commerciale; non utilizzarlo vuol dire non sfruttare l'investimento fatto.
A *Pinocchio* **B** e **C** *punto CE*

10 Questa è una domanda molto sottile; la marcatura CE e la comunicazione al cliente sono NECESSARIE ma ovviamente NON sufficienti allo sgravio di responsabilità. Sicuramente non aver indicato chiaramente che alcune operazioni possono essere pericolose è un'aggravante molto rilevante; per questo il manuale d'uso e manutenzione deve essere chiaro, semplice, preciso e deve sempre arrivare nelle mani dell'utilizzatore. **A** e **C** *punto CE* **B** *Pinocchio*.

Fatte le debite somme, chi ha totalizzato 9 o 10 simboletti *CE* può andare tranquillo: marca il suo prodotto a ragion veduta, ha speso i suoi soldi per qualcosa. Chi ha totalizzato meno di 3 simboletti ha evidentemente deciso che la marcatura CE può attendere; se ci sono però troppi ☹ forse è anche sintomo di disinteresse (ma dubito che questi stiano leggendo questi risultati).

Lì nel mezzo, tra 5 e 7 simboletti *CE*, saremo in buona compagnia. Attenzione al numero di 'punti pinocchio': se sono più di 3 sta probabilmente a significare che si è investito, si sono spesi tempo e risorse, ma non si è in condizione di trarre vantaggio da questo impegno; oltretutto si corre il rischio di certificare senza aver ben capito cosa si certifica, con i rischi connessi.

Insieme fuori dalla crisi

Con il sostegno economico dell'Ebav, ma soprattutto con il convinto supporto delle Associazioni di Categoria, sabato 21 novembre 2009 a Padova si sono tenuti i primi Stati Generali del settore legno del Veneto. Una convocazione che, oltre ad analizzare i risultati dell'analisi italiana sulla congiuntura dei settori del serramento e del legno-arredamento, apre un'importante fase di comunicazione e confronto, con indicazioni di percorso su come affrontare la crisi in atto.

Uscire dalla crisi sarà possibile, ma solo se si saprà cambiare e affrontare gli scenari futuri con mentalità e strumenti interpretativi nuovi. Questo in estrema sintesi il messaggio che emerge dagli Stati Generali del settore organizzati a Padova il 21 novembre da Confartigianato, Cna, Casartigiani, CGIL, CISL e Uil del Veneto grazie al sostegno dell'Ebav.
Circa 200 addetti ai lavori si sono dati appuntamento nei magazzini della Italignum, azienda locale di import export di tavole in legno – scenografia quanto mai appropriata – per ascoltare dal professore Moreno Trevigne i risultati della prima analisi italiana sui settori dei serramenti e del legno-arredo.

Le indicazioni della ricerca

Il monitoraggio ha fotografato un settore di imprese ancora troppo piccole, sottocapitalizzate, votate alla produzione che le opprime con elevati costi per unità prodotta; imprese che si dedicano per la maggior parte al mercato italiano. Di fronte a uno scenario macroeconomico di contrazione della domanda e della produzione; rallentamento del credito; peggioramento del mercato del lavoro; perdita di potere d'acquisto delle famiglie; l'unica cosa certa è che la ripresa prevista è debole, lenta e soprattutto *selettiva*: solo chi saprà costruire un mix equilibrato tra professionalità antiche e nuove, sarà in grado di cogliere le opportunità offerte da un mercato nuovo. Purtroppo i settori legno-arredo e serramenti in legno non sono pronti a tale selezione. L'offerta è infatti frammentata con aziende di dimensioni ridotte: 6-7 addetti in media, per il 70% dei casi con fatturato inferiore a 2,6 milioni di Euro. Oltre il 40% delle aziende è concentrata in Veneto e in Lombardia e la gran parte hanno uno scarso sviluppo commerciale dato che sono focalizzate prevalentemente sulla produzione. E proprio per questo motivo maggiormente in sofferenza per i costi dell'energia, per la carenza infrastrutturale e l'elevata fiscalità, rispetto a concorrenti internazionali.
In questo contesto, sottolinea Moreno Trevigne, l'impresa artigiana ha buone opportunità di crescita se si rivolge a un mercato attento alla differenziazione (per esempio alta qualità – alto prezzo); se è in grado di "accreditarsi" sul mercato, fidelizzando clienti, influenzatori e prescrittori (ad esempio i progettisti e gli arredatori); se riesce a trattenere le risorse umane con elevate competenze tecnico-produttive.
Rischia invece un veloce declino se si rivolge a una clientela attenta soprattutto al prezzo, se è poco visibile e ha una scarsa conoscenza del mercato, se dipende da pochi clienti e lavora prevalentemente in subfornitura.
Per salvaguardare l'occupazione e il patrimonio d'imprenditorialità e di competenze è urgente intervenire per *riposizionare le imprese* su un mercato di fatto internazionale. Come? Introducendo in azienda, accanto alla gestione già soddisfacente degli aspetti produttivi:

- competenze e risorse di natura commerciale e marketing (sviluppo e fidelizzazione clientela, comunicazione, ecc.);
- competenze e risorse nell'area della pianificazione della crescita e nel controllo dei costi;
- capacità d'innovazione e di gestione del design di prodotto;
- modalità operative che consentano la riduzione dei costi (e quindi maggiore competitività di prezzo) mediante gestione comune di determinati fattori di spesa (ad esempio gruppi di acquisto, condivisione di fattori produttivi non saturati, acquisizione in comune di servizi, ecc.).

Per poter fare tutto questo occorre che l'impresa artigiana *aumenti la propria dimensione* in modo da poter sostenere costi non solo diretti di produzione, ma anche di struttura (organizzazione e gestione aziendale, attività commerciale, ecc.) indispensabili per rimanere sul mercato.
L'aggregazione delle imprese è una priorità per il riposizionamento del sistema, che ha bisogno di sostegno per essere ottenuta in tempi brevi e che va studiata e attuata in forme compatibili con la struttura del tessuto imprenditoriale artigiano del Veneto.

Tavola rotonda: gli interventi più significativi

Ai risultati dell'indagine è seguita un'ampia tavola rotonda moderata dal giornalista Almerico Ribera, alla quale hanno contribuito gli interventi dell'Assessore Regionale all'Economia Vendemiano Sartor, Gianluigi Collazuol, Presidente Comitato EBAV legno, Donato Pedron, Presidente Confartigianato Legno/Arredo del Veneto, Carlo Albertini Presidente Gruppo finestre di Edilegno/Federlegno-Arredo, Claudio Gementi Presidente Cna Produzione – Legno Veneto, Tiziano Mirandola Responsabile legno Casartigiani Veneto, Alberto Ghedin (UIL), Leonardo Zucchini (CGIL) e Salvatore Federico (CISL).
"La crisi ha portato a disegnare un mondo nuovo e lo scenario futuro è leggibile solo con strumenti nuovi, perché vi è stata una rottura con la consuetudine cui le aziende artigiane erano abituate" ha ribadito Donato Pedron. A questo proposito risulta importante la disponibilità di risorse finanziarie in tempi brevi e la semplificazione burocratica.

Scenario dei serramenti in legno

di Valdimiro Barocco

Interessanti le conclusioni cui è giunto il gruppo di lavoro attivato per comprendere il contesto in cui si trova ad operare l'impresa artigiana che produce serramenti in legno. La sua sopravvivenza è condizionata da:

- abbandono di una politica concorrenziale basata prevalentemente sul prezzo;
- scelta di un target clienti attento alla differenziazione e alla qualità;
- ottenimento di visibilità sul mercato.

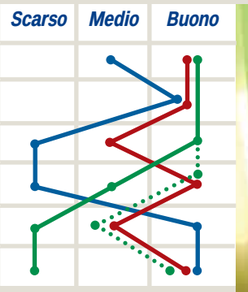
Questo significa che l'azienda artigiana deve trovare un nuovo posizionamento, frutto anche di queste scelte: crescita dimensionale per aprirsi a un mercato più ampio e per inserire competenze manageriali (marketing-commerciale e controllo di gestione, ad esempio) ancora assenti in molte imprese.
Il grafico di sintesi è chiaro e quasi ingannevole nella sua semplicità. Spostare il "pallino" da una casella di sinistra a una di destra richiede forte impegno e adeguate risorse. Soprattutto deve cambiare l'atteggiamento manageriale che deve divenire più attento al mercato. In termini pratici significa attrezzare un "reparto ordini" perché, se non vi sono ordini, nulla accade.
Essere attenti al mercato significa anche prendere in considerazione tutti i concorrenti del serramento artigiano in legno, senza trascurare le finestre in alluminio, comprese quelle miste alluminio/legno. Il comparto dei serramenti metallici, a livello Italia, ha una quota di mercato prossima al 20%, superiore a quella dei serramenti in pvc. Dimenticare questo è un errore manageriale perché porta a valutazioni fuorvianti.
Una ricerca condotta da Uncsaal, associazione che riunisce i produttori di serramenti in alluminio, evidenzia che la competizione sul valore è passata, nell'intervallo 2005-2007, dal 49% al 66%. È il valore che guida lo sviluppo del mercato come si può dedurre da queste informazioni:

Tipo materiale serramenti	Incrementi 2007/2005
Legno	+ 47%
PVC	+ 86%
Al/legno	+ 79%
Alluminio	+ 29%

Non va dimenticato che i produttori di finestre in pvc hanno puntato molto su prestazioni energetiche superiori a quelle richieste per legge, imitati in questo anche dai produttori di serramenti in alluminio che con i potenziati profili a taglio termico hanno migliorato i valori di trasmittanza termica. Parte del buono incremento di questi due settori è anche merito della loro più efficiente organizzazione commerciale. Anche su questi numeri devono riflettere i produttori di finestre in legno.

Riposizionamento Serramento Legno

VARIABILI CRITICHE PER IL CLIENTE FINALE	Scarso	Medio	Buono
Qualità del prodotto			
Risparmio energetico (normative e certificazioni)			
Personalizzazione del prodotto			
Design			
Prezzo			
Presenza nei canali distributivi			



- Impresa artigiana veneta serramenti in legno
- Impresa prodotti sostitutivi (PVC)
- Impresa industriale serramenti in legno

Da Moreno Trevigne
A&A Consulenza srl

pi brevi per favorire progetti di aggregazione e arrivare ad aziende più robuste. Se per favorire l'innovazione sono stati costituiti i BIC (Business Innovation Centre), ora gli artigiani propongono i BAC (Business Aggregation Centre). Insomma, bisogna essere "grandi" per affrontare nuove sfide, ma per diventarlo occorrono risorse, che vanno però indirizzate a progetti precisi, valutati e selezionati attentamente. Una proposta sostanzialmente condivisa anche da Tiziano Mirandola e Claudio Gementi.
Anche l'intervento di Carlo Albertini ha evidenziato il bisogno di realizzare una filiera integrata del serramento e un adeguato sistema di alleanze per far fronte alle complessità crescenti del mercato.
Il compito di concludere è toccato di fatto a Vendemiano Sartor, Assessore regionale alle attività produttive, che ha ricordato come gli attuali problemi arrivino da lontano: la crisi non ha fatto altro che accelerare quanto già esisteva. Le filiere senza dubbio vanno rafforzate e il comparto legno va inserito in un settore più ampio, ad esempio quello della casa, con tutte le conseguenze che ne derivano.
Tutti sono concordi nel dire che il dopo crisi sarà diverso, ma quasi tutte le richieste di aiuto sono orientate alla conservazione di quanto c'è: una palese contraddizione. Le risorse invece vanno adoperate per costruire il futuro. La Regione contribuirà a sostenere il settore, ma le risorse devono essere individuate tra le voci già in bilancio (distretti, formazione, ecc.). E in proposito Sartor ha annunciato che oltre alla dote finanziaria di 3,5 milioni a valere sulle aggregazioni della legge regionale sui distretti, che ha chiuso proprio in queste ore il bando 2009 con richieste per oltre 4 mi-

lioni di euro, la Regione Veneto ha stanziato 80 milioni di euro su tre fondi partecipativi cofinanziati da Veneto Innovazione Regione e alcuni Istituti Bancari, uno dei quali in particolare sarà dedicato alla aggregazione, riorganizzazione e innovazione nelle piccole imprese. Si dovranno privilegiare però i progetti seri, concreti, senza perseguire una ricaduta a pioggia, che risulterebbe, alla fine, inefficiente e aggraverebbe, se possibile, la situazione.
Dall'Assessore regionale, infine, arriva un monito: la crisi sta spingendo per un riaccentramento delle decisioni e degli incentivi. La Regione rischia di perdere l'autonomia conquistata nei fatti. Occorre pertanto mantenere e difendere quanto ottenuto anche dal punto di vista politico. La perdita rappresenterebbe un danno enorme.

pubblicità
rubner

75 anni di qualità, innovazione e servizio

ADLER Italia ha festeggiato i 75 anni assieme ai suoi oltre 500 collaboratori. Occasione importante per riconfermare una storia di qualità e innovazione nel settore delle vernici per legno, ma soprattutto un impegno nei confronti dei moltissimi clienti che ogni giorno apprezzano la professionalità e la competenza dell'azienda.

Alcune settimane fa ADLER ha organizzato una grande festa per gli oltre 500 collaboratori che ogni giorno in tutta Europa, e non solo, si impegnano per garantire alle decine di migliaia di serramentisti e mobilieri di lavorare in modo eccellente con un prodotto tra i migliori nel mercato europeo.
L'occasione è una di quelle che vanno ricordate perché nella sala Marie Swarovski a Wattens in Tirolo si sono festeggiati i 75 anni dalla fondazione di ADLER.

UN MARCHIO INNOVATIVO AL SERVIZIO DEL LEGNO

Era infatti il 1934 quando Johann Berghofer ebbe la brillante visione di realizzare quella che 75 anni dopo è una delle più innovative aziende per la produzione di vernice per legno in Europa. Negli anni ADLER ha acquisito sempre maggiori posizioni sul mercato europeo mantenendo, però, la sua filosofia di produrre solo vernici per legno con una qualità e un'innovazione ai massimi livelli, e nel rispetto dell'ambiente nel quale viviamo.
In ADLER crediamo infatti che il legno, oltre ad essere un materiale naturale e molto bello, debba essere protetto sia per evitare un'eccessiva deforestazione sia per il fatto che la sua lavorazione richiede impegno e sacrificio da parte di mani esperte.
Per questo la nostra produzione è rivolta esclusivamente alle vernici per legno; prodotti in grado di proteggerlo e renderlo bello per anni. In ADLER siamo specialisti nella produzione di vernici per mobili, serramenti, parquet, rivestimenti interni ed esterni, tetti, ecc. Per questo ADLER è stata tra le prime aziende in Europa che, da quasi due decenni, offre al mercato prodotti a base acqua ed è stata la prima azienda chimica produttrice di vernici per legno ad ottenere la Certificazione Ambientale UNI EN ISO 14.001, ad investire nel 1994 in un impianto di distillazione dei solventi, postcombustore, abbattimento di fumi in atmosfera.
Un prodotto di elevata qualità per ADLER significa anche applicabilità. Per questo negli anni abbiamo investito in moderni impianti per l'applicazione dei nostri prodotti.
Attrezzature a elevata tecnologia sia per la sperimentazione e l'applicazione dei prodotti per serramenti con flow coating e reciprocatori automatici che per le vernici per mobili con impianti a velo, spalmatrici, reciprocatori in linea, impianti a essiccazione UV, a onde elettromagnetiche quali il Mos, tunnel a stati variabili per l'essiccazione ad aria e quant'altro il mercato dei produttori di impianti può attualmente offrire.

QUALITÀ TESTATA

Inoltre, ogni nostro prodotto viene verificato, applicato e ne viene studiata la durata sia a livello di laboratorio con apparecchiature per l'invecchiamento artificiale che con campi prova. Questo per verificare la corrispondenza tra le Certificazioni di Prodotto che da sempre garantiscono la qualità delle nostre vernici e la reale durata o caratteristiche dei prodotti stessi.
Ai nostri clienti offriamo quindi i migliori prodotti, la migliore tecnologia ma anche i migliori chimici ed i migliori tecnici che le aziende possono vantare.
L'impegno e la professionalità nel produrre vernici di elevata qualità è quindi la stessa che garantiamo nell'assistere i nostri clienti.

UN'ULTERIORE EVOLUZIONE

Come molti già sapranno, da qualche settimana la ditta ADLER si è separata dallo storico importatore italiano che distribuiva anche come grossista nelle provincie di Bolzano, Trento, Verona e Vicenza.
Questo passo si è reso necessario in quanto non sono state rispettate le condizioni contrattualmente stabilite.
ADLER continuerà a servire tutti i clienti presenti in Italia direttamente attraverso la rete dei 60 Rivenditori esclusivisti. Da sempre inoltre forniamo direttamente le migliori industrie produttrici di serramenti e mobili presenti in Italia ed in Europa e gli oltre 80 ricercatori ADLER ogni giorno sperimentano nuovi prodotti e nuovi cicli che possano migliorare, proteggere e abbellire il lavoro di tutti i nostri clienti.
Dopo aver sperimentato per primi le nanotecnologie come sistemi per modificare la struttura molecolare dei prodotti stiamo lavorando a nuovi sistemi per la produzione che siamo certi diventeranno uno standard per molte aziende e i nuovi prodotti per serramenti sono già testati per durare ancora più a lungo e, naturalmente, come sempre offriamo prodotti e garanzie, e non promesse.
I nostri laboratori hanno sviluppato sistemi ad acqua per la verniciatura di mobili e rivestimenti che già molte aziende stanno utilizzando soddisfatte.
ADLER è quindi una grande azienda e ci limitiamo a produrre da oltre 75 anni solo ed esclusivamente vernici per legno e la maggiore soddisfazione è che i nostri clienti ci confermano ogni giorno che lo facciamo molto bene.
Siamo anche una grande famiglia all'interno della quale ci sono tutti i nostri clienti perché i nostri collaboratori ed i nostri clienti sono il nostro futuro ed è per questo che da oggi tutti potranno toccare direttamente con mano la grande e vera professionalità di ADLER perché come dice il nostro motto aziendale nelle nostre vene scorre colore e siamo specialisti in questo.

di Mauro Zamberlan

Creatività e fantasia **nell'abitare**

Modellare e costruire lo spazio abitativo ideale con un occhio al design e curare ogni aspetto con la qualità che solo un artigiano può assicurare. In questo modo **Abitare Baleri** di Albino (Bg), cliente del consorziato GriFfer Piovani, è riuscita a valorizzare i propri prodotti associando loro identità, idee ed esperienze forti e inconfondibili.

Per competere oggi occorre fare investimenti importanti per la produzione di conoscenze innovative. Idee originali, da legare alla qualità del vivere e del lavorare: lo stile di vita, la qualità dell'abitare, il modo di divertirsi, i codici estetici del nuovo e del tradizionale. Una filosofia imprenditoriale sottolineata da Enzo Rullani, professore di strategia d'impresa ed economia all'Università Ca' Foscari di Venezia in suo recente articolo de "Il Sole 24 Ore", e perseguita con nitida coerenza da Abitare Baleri, azienda di Albino (Bg) che si occupa della progettazione e realizzazione di arredi per la casa. Come ci sottolinea il titolare, Alfredo Baleri, già nel nome risiede il senso dell'impegno aziendale nel settore dell'arredamento. Molto più del semplice arredare: una volontà di pensare, progettare, costruire tutto ciò che ci circonda col fine di rendere vivo l'ambiente, personalizzandolo secondo i propri gusti ed esigenze.

Evoluzione costante

"L'azienda" – ci racconta Alfredo Baleri – "nasce nel 1939 come Mobilificio Baleri con a capo mio nonno Evaristo, tra i primi in Italia a occuparsi della costruzione di cucine con basi e pensili sul modello americano. L'attività successivamente di divide tra la produzione di contenitori in legno per le macchine da cucire e mobili bar con radio incassata". La vasta esposizione, situata nel centro di Albino, diventa ben presto un punto di riferimento nella provincia di Bergamo per quanto riguarda l'offerta di camere da letto e soggiorni.

Tra il 1969 e il 1971 vi è un punto di svolta che dà un volto nuovo ad Abitare Baleri. "L'azienda si trasferisce nell'attuale sede in via Volta" – continua il sig. Alfredo – "voluta fortemente da mio padre Ferdinando, da sempre amante dell'architettura e dell'arte contemporanea. Il nuovo stabilimento, e il nuovo showroom, vengono infatti progettati dall'architetto Giandomenico Belotti. In esposizione abbiamo le migliori collezioni di design contemporaneo, una selezione mondiale di oggettistica e regalistica, che si affiancano alle proposte di nostra produzione, soprattutto cucine".
Attualmente Abitare Baleri, oltre a essere attiva nei settori cucine, liste nozze e complementi d'arredo, è presente anche nel contract con forniture chiavi in mano di uffici, spazi espositivi, negozi, bar e attività in genere.

Una particolare attenzione al design

"I clienti dell'azienda sono persone consapevoli che la nostra realtà è capace non solo di proporre soluzioni commerciali, ma soprattutto di progettare e realizzare ogni ambiente, anche di lavoro, come un abito su misura. Da qui il rapporto molto stretto che abbiamo con il design, nel senso che secondo noi solo ciò che è veramente pensato e disegnato nei particolari rimane un classico che non si cambia, perché emerge e si distacca da una standardizzazione generalizzata di tipologie di gusti. Non a caso la nostra azienda è produttrice ufficiale dei progetti di Marcello Morandini, artista e designer. Il rigore del bianco e nero, la purezza della forma, l'essenzialità geometrica hanno preso forma nel tavolo Spider, nel mobile Valentina, nella cassettiera Superego, tutti prodotti in edizione numerata. Come sottolinea lo stesso Morandini, viviamo ogni giorno con molte regole altrui e poche nostre, quindi è giusto pretendere che almeno quello che ci circonda, e che usiamo, sia concepito nella miglior forma e nel miglior modo possibile. Questo è anche il modo di intendere la qualità di Abitare Baleri".
Una qualità che ovviamente passa anche per i fornitori. "La conoscenza con la ferramenta Piovani è stata casuale e, in un certo senso, dettata da cause di forza maggiore. Ma da quel momento abbiamo potuto apprezzarne la qualità del servizio e la vastità dei prodotti, grazie anche alla professionalità di Massimo Bonalumi che già conoscevamo.
Di questi tempi una domanda sulla situazione di mercato non può mancare. Abbiamo quindi chiesto ad Alfredo Baleri che prospettive vede all'orizzonte. "Prospettive sicure a mio avviso non se ne vedono per nessuno, considerando anche ciò che sento da amici e altri imprenditori. Purtroppo viviamo ancora in una situazione precaria che non avrà sbocchi immediati, almeno non nel prossimo anno. Assumerà una certa gravità, secondo me, il problema occupazionale, soprattutto per la nostra valle, un tempo ricca di aziende. Comunque sono fermamente convinto che puntando sempre su qualità progettuale e costruttiva – tenendo sempre un occhio ai costi – si possano realizzare cose buone, e Abitare Baleri è da sempre sinonimo di questo impegno".

di Mauro Zamberlan

Lavorare per **far vincere le idee**

Per la **Duca Infissi** di Ancona, cliente del consorziato GriFfer Pulita, la vera forza è dare al privato e al progettista una risposta concreta e realmente personalizzata.
Un impegno portato avanti con ferrea determinazione dal 1962, come ci racconta Daniele Duca.

"Il mercato sta cambiando, il lavoro è meno, ma fermi non si sta: ci stiamo preparando per quando le cose miglioreranno, impostando il lavoro di domani". Una frase che attesta lo spirito attraverso cui Duca Infissi è diventato un punto di riferimento per il comfort della casa ad Ancona. Daniele Duca, titolare, ci racconta che l'azienda fu fondata dal padre, falegname artigiano, nel 1962. Negli anni '70 viene realizzato un piccolo capannone – "costruito a suon di cambiali, come molti all'epoca" sottolinea il signor Daniele -, un passo che ha dato il via a una crescita che arriva ai nostri giorni. La struttura attuale è composta da 1.200 mq di falegnameria, a cui si aggiungono 450 mq di showroom. "Stiamo pensando di ampliarlo a 1.000 mq per arrivare a un'esposizione completa di quello che può essere proposto dal mercato. Potremo così mostrare al cliente tutto ciò che si può realizzare a livello di infissi: dai sistemi per finestra in pvc al legno e legno-alluminio di nostra produzione, dagli scuri agli alzanti scorrevoli, dai bilici agli scorrevoli interno muro, dalla porte interne alle inferriate fisse e scorrevoli. In altre parole, dalla richiesta più standardizzata a quella più strana o particolare".

Puntare alla personalizzazione per affrontare il mercato

Per la Duca Infissi lo showroom rappresenta un efficace strumento di vendita per rivolgersi al mercato del privato. "Vado da Duca Infissi perché ciò che io penso lui lo vede e lo realizza: ecco cosa desidero che l'architetto o il privato dica. Puntiamo molto sul centro specializzato per mostrare le possibilità di personalizzazione delle soluzioni. Oggigiorno alcuni infissi, soprattutto le porte, vengono venduti anche dalla rivendite edili, per cui occorre differenziarsi. Ci siamo accorti che il nostro punto di forza non sono i grandi numeri, ma il servizio al progettista; avere quindi una falegnameria e delle persone competenti che ti consentono di dare risposte su misura diventa una necessità primaria".
Come si affronta questa periodo difficile? "Dandosi da fare" è la pronta risposta di Daniele Duca. "Essere conosciuti nella zona e aver lavorato bene in questi 47 anni rappresentano la nostra fortuna, e oggi sfruttiamo al massimo i 'frutti' di questa 'semina'. Il lavoro è diminuito, inutile negarlo. Il privato spende di meno: se prima facevi due ristrutturazioni al mese, oggi ne fai due a trimestre. Essendo però un'azienda artigiana, puoi permetterti una certa flessibilità, per cui il tempo 'scoperto' lo utilizziamo per fare quei lavori che magari avevamo programmato, ma non si era riusciti a iniziare: per esempio la ristrutturazione della falegnameria implementando la produzione di porte interne, il riordino del magazzino. In questo modo non ho lasciato a casa nessuno dei miei collaboratori e assieme lavoriamo per il mercato che verrà".
In questa prospettiva l'azienda inoltre sta pensando di avvalersi di alcuni venditori che 'battano' il territorio e visitino gli studi di progettazione. "Non il classico venditore commerciale, ma un tecnico che abbia le competenze per rispondere alle richieste più varie del progettista. A mio avviso nel nostro settore l'autentica figura del tecnico-commerciale è assente o molto rara, ma dovrà diffondersi, dato che è fondamentale soprattutto per chi opera nel mercato medio-alto, dove lo standard è più un'eccezione che la regola".
Duca Infissi copre quasi esclusivamente il mercato di Ancona, "ma siamo in grado di soddisfare anche richieste che provengono da fuori provincia. Per esempio attualmente siamo impegnati in un lavoro a Roma e abbiamo appena terminato un bel cantiere qui ad Ancona, dove, per assicurare un adeguata trasmittanza termica, abbiamo realizzato finestre in rovere lamellare da 92 mm, con vetrocamera antirumore e ferramenta Maico con anta-ribalta e microventilazione. Un allestimento completo quindi".
"Per la ferramenta" – continua Daniele Duca – "ci serviamo quasi esclusivamente da Pulita. Esiste infatti un rapporto di lunga data, che si è trasformato in un vero e proprio rapporto di amicizia. Del resto parliamo di due realtà che si sono formate assieme: Giovanni Pulita e mio padre sono coetanei e sono cresciuti assieme dal punto di vista imprenditoriale, anche se la Ferramenta Pulita ha conosciuto una crescita esponenziale rispetto alla nostra, divenendo un centro distributivo di notevole importanza per il Centro Italia".

Un augurio

Ci lasciamo con il signor Daniele chiedendogli un augurio per l'anno alle porte. "Dal punto di vista imprenditoriale spero che estendano la detrazione del 55% anche oltre il 2010: se non era per il bonus c'era il serio rischio di chiudere. Poi, anche dal punto di vista personale, mi auguro che la categoria degli artigiani possa pesare di più a livello politico. Quando occorre prendere delle decisioni importanti, a livello di Finanziaria per esempio, la nostra categoria viene sistematicamente ignorata, invece di essere considerata per quello che realmente è: uno dei 'motori' più importanti di quest'Italia. Realtà imprenditoriali significative sono spesso partite come aziende artigiane e sono cresciute facendo vincere le idee. Ma le idee non vincono se non vi sono un Governo e degli Enti locali che ti seguono, ti coinvolgono, ti presentano nuove opportunità e creano le premesse per aprire nuovi mercati. Tutto questo secondo me manca completamente. L'Italia dovrebbe essere vista come un'azienda che lavora per le idee e l'innovazione, e spesso questa innovazione parte anche dagli artigiani in fin dei conti. Mi piacerebbe quindi che la nostra categoria fosse considerata e citata come merita"

FIERE

ZOW Verona: un evento di qualità, a forte respiro internazionale

Con interessanti contatti d'affari e tanti temi di grande attualità, si archivia la nona edizione di ZOW Italia – Salone Internazionale dei Componenti e degli Accessori per l'industria del Mobile e Arredamento d'Interni, tenutasi a Verona dal 21 al 24 ottobre. I dati finali alla quarta giornata di manifestazione hanno registrato 9.352 operatori certificati FKM (per un totale di 12.000 visite), di cui 2.783 stranieri, provenienti da 81 paesi. Pur con un numero di espositori inferiore a quello dell'edizione 2008 (oltre 250), la rassegna ha confermato la sua elevata qualità, presentando al pubblico in visita significative novità per il futuro del mobile e arredamento d'interni.
Piena soddisfazione da parte degli organizzatori per il risultato ottenuto, ulteriormente valorizzato dal clima positivo che si è registrato tra gli stand. Proprio dagli espositori è stata sottolineata la qualità dei visitatori, con una significativa presenza di professionisti qualificati, ma anche di operatori provenienti dai settori dell'architettura, dell'arredo negozi, della nautica, del contract e delle finiture interne. "A loro va il nostro ringraziamento per aver creduto nella manifestazione e per aver sostenuto e investito nella promozione di ZOW Verona" commentano gli organizzatori.

INTERNET

Italiani e internet: naviga solo il 50% e ignora il 99,9% dello spazio web

L'Osservatorio permanente sui contenuti digitali, realizzato per il terzo anno consecutivo da Nielsen, rileva che quasi il 50% della popolazione italiana con più di 14 anni ancora non usa internet. Non solo: il 27% dei navigatori lo fa per lo più in modo superficiale e fine a se stesso, nonostante gli ampi contenuti culturali, scientifici e di intrattenimento. Dato quest'ultimo confermato dall'indagine realizzata da Survey Shack per Microsoft, dalla quale emerge che ben il 99,9% della spazio web risulta praticamente sconosciuto agli utenti. Un internauta europeo, dunque, visita mediamente solo fino a 6 siti web nel corso di una "navigazione". In Italia il 27% dei navigatori dichiara di fermarsi a 3-4 siti web, mentre un altro 26,7% ne visita al massimo 6 o 7. In generale, quello che emerge dalle ricerche è che gli europei stanno guardando solo la superficie del web, senza utilizzare appieno il potenziale della Rete.

CONFARTIGIANATO

Proposta di una "Agenzia per le PMI"

"Condividiamo in pieno la proposta di legge nazionale di creare un'Agenzia per le PMI, per valorizzare il ruolo e le potenzialità delle aziende sotto i 20 addetti, tramite l'adeguamento delle normative a questa dimensione d'impresa".

Il presidente regionale della Confartigianato del Veneto, Claudio Miotto, esprime un consenso netto al disegno di legge presentato da 130 deputati di diverso orientamento politico, per dare concretezza ad una delle richieste che più stanno a cuore all'artigianato: l'avvio di un impianto normativo e di una programmazione che tengano conto del fatto che oltre il 98% delle aziende italiane è costituito da piccoli imprenditori, da lavoratori autonomi. "Qui in Veneto già ci stiamo muovendo in questa direzione e in Europa è stata anche la nostra propositività che ha contribuito all'emanazione, alla fine del 2008, dello Small Business Act, in seguito al quale l'U.E. ha già cominciato a legiferare. Ora, il progetto nazionale di legge va a riempire un vuoto, va a dar sostanza ad un'esigenza di valorizzazione del nostro lavoro, che deve avvenire in armonia tra i livelli regionale, nazionale e comunitario. Noi non chiediamo privilegi, ma che si tenga conto della nostra realtà, chiediamo di essere messi in condizione di lavorare. Si stanno creando le premesse, finalmente, per passare dalle parole ai fatti, dalle enunciazioni alle realizzazioni".

INCENTIVI FISCALI

Bonus 55%: aggiornamenti

L'Agenzia delle entrate ha aggiornato la guida ondine sulle agevolazioni fiscali in tema di risparmio energetico. Il vademecum, che illustra ai contribuenti tempi, modi e semplificazioni procedurali per fruire del bonus Irpef, è scaricabile da www.agenziaentrate.it/ilwwcm/resources/file/ebc0a24368ce8c3/GUIDA%20Risp_Energ.pdf.

Novità per le porte interne

Con la faq 33 (http://efficienzaenergetica.acs.enea.it/faq.pdf) l'Enea sottolinea che la detrazione del 55% può essere applicata anche per la sostituzione della porta d'ingresso, a condizione che sia rispettata la stessa trasmittanza termica delle "finestre comprensive di infissi", indicata nelle tabelle dell'Allegato B del DM 11 marzo 2008.

INDAGINI

La lentezza della giustizia costa alle imprese 2,3 miliardi di euro

Per avere giustizia in una causa civile, gli imprenditori italiani devono aspettare in media, tra primo e secondo grado di giudizio, 1.695 giorni, pari a 4 anni 7 mesi e 25 giorni. Per una procedura fallimentare l'attesa arriva in media a 3.055 giorni, ossia 8 anni 3 mesi e 25 giorni. Ritardi che costano alle imprese ben 2.269 milioni di euro. Si tratta di rilevazioni effettuate dall'Ufficio studi di Confartigianato, che evidenza un netto peggioramento della situazione: tra il 2005 e il 2006, infatti, la durata media di un processo civile di primo grado è aumentata di 54 giorni, pari al 6,2%. Addirittura, tra il 1997 e il 2007, la durata media di un procedimento di fallimento si è allungato di 2 anni 4 mesi e 7 giorni, con un aumento del 39,3%.

SICUREZZA

Gli infortuni per settore di attività economica

RAMO/ SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA	Infortuni 1°semestre 2008	Infortuni 1°semestre 2009	Infortuni var.%	Casi mortali 1°semestre 2008	Casi mortali 1°semestre 2009	Casi mortali var.%
AGRICOLTURA	26.034	25.473	-2,2	59	55	-6,8
INDUSTRIA	191.819	150.507	-21,5	283	230	-18,7
di cui:						
Metalmeccanica	*43.066*	*31.320*	*-27,3*	*60*	*48*	*-20,0*
Costruzioni	*46.750*	*39.382*	*-15,8*	*102*	*98*	*-3,9*
SERVIZI	227.105	222.000	-2,2	216	205	-5,1
di cui:						
Commercio	*37.287*	*34.404*	*-7,7*	*41*	*40*	*-2,4*
Trasporti e comunicazioni	*34.459*	*30.398*	*-11,8*	*64*	*60*	*-6,3*
TOTALE	444.958	397.980	-10,6	558	490	-12,2

Fonte: INAIL ANSA-CENTIMETRI

AMBIENTE

Italiani preoccupati per l'ambiente

Un'indagine SWG mostra che gli italiani provano una forte ansia per le problematiche ambientali. Gli intervistati pongono il tema della salute del pianeta al terzo posto, a pari merito con la criminalità e subito dopo il problema della disoccupazione. La ricerca sottolinea come ben tre italiani su dieci siano turbati dall'inquinamento che sta aumentando sempre di più nelle nostre città.
Rispetto al 2007 la sensibilità ambientale è cresciuta a tal punto che l'opinione pubblica antepone la preoccupazione per l'ambiente a molte altre problematiche sociali quali lo sviluppo economico e l'immigrazione (26%), il terrorismo e l'elevata pressione fiscale (21%), ma anche le guerre (12%), il sistema pensionistico (11%), la sanità (10%) e la scuola (8%).
Fonte: SWG webzine n. 34

TRA I SEGUENTI PROBLEMI, QUALI LA PREOCCUPANO MAGGIORMENTE?
(dati 2009)

disoccupazione	***53***
aumento dei prezzi	***33***
ambiente e inquinamento	***30***
criminalità	***30***
sviluppo economico	***26***
immigrazione	***26***
terrorismo	***21***
tasse/fisco	***21***
guerre	***12***
sistema previdenziale	***11***
sanità	***10***
scuola	***8***

Valori %. Possibili più risposte

MEDIA

Media: consumi in crescita

Dal 2001 ad oggi la diffusione di tutti i mezzi di comunicazione è in crescita. Aumentano gli utenti di Internet (+26,9%) e dei telefoni cellulari (+12,2%), ma anche la radio - che ormai si può ascoltare anche dal lettore mp3, dal telefonino e dal web - fa un grande balzo in avanti (+12,4%), così come crescono, anche se di poco, i lettori di libri (+2,5%) e di giornali (+3,6%), e la stessa televisione raggiunge praticamente la quasi totalità degli italiani (+2%). Gli utenti della Tv arrivano a quota 97,8% della popolazione, il cellulare sale all'85%, la radio all'81,2% (in particolare, l'ascolto della radio dal lettore mp3 è tipico del 46,7% dei giovani tra 14 e 29 anni), i giornali al 64,2%, i libri al 56,5%, Internet al 47%. La diffusione dei nuovi media non ha penalizzato quelli già esistenti: nella società digitale i nuovi mezzi di comunicazione non sostituiscono i vecchi, anzi, affiancandosi ad essi, creano nuovi stimoli al loro impiego secondo la logica della moltiplicazione e integrazione. *Fonte: Censis*

RICERCHE

Una PMI su quattro è online

Da una ricerca promossa da PayPal, e realizzata da Doxa su un campione di 603 piccole e medie imprese con meno di 50 addetti, emerge che un'azienda su quattro possiede un sito internet e il 14% di queste si cimenta nell'e-commerce. Il 26% delle aziende che ancora non sono online, inoltre, hanno in programma di creare un proprio sito web a breve termine. Tulle le Pmi che hanno un sito o un negozio online sono concordi nell'affermare che l'attività sul web ha portato vantaggi positivi per il business dell'azienda.
Per il 55% delle PMI online il target primario del sito internet sono i consumatori, mentre il 35% lo utilizza sia per attività business to business, sia quale strumento rivolto ai consumatori. Le PMI online utilizzano ancora internet principalmente quale mezzo per dare maggiore visibilità all'azienda e fare pubblicità (65%), tuttavia una percentuale importante mostra di considerare il sito web quale strumento di business: per trovare nuovi clienti (21%), per vendere i propri prodotti e servizi (20%), per incrementare le relazioni con i clienti esistenti (15,5%).

CASSA INTEGRAZIONE

INPS: cassa integrazione, in calo ordinario

L'andamento congiunturale della cassa integrazione ordinaria a novembre si conferma in calo (-10,29% su ottobre), mentre cresce il ricorso alla cassa integrazione straordinaria (+34,69%).
Lo rende noto l'Inps, l'istituto nazionale di previdenza. "La somma di ore autorizzate Cigo (ordinaria) e Cigs (straordinaria) in novembre si attesta su valori analoghi a quelli di ottobre (77,9 milioni contro 76,9)", spiega una nota. "La vera differenza è costituita dalle ore autorizzate per cassa integrazione in deroga (21,6 milioni a novembre: +21,3% su ottobre), quattro milioni in più rispetto al mese precedente. La Cig in deroga vale ormai più del 25% di tutto il complesso delle autorizzazioni di Cig". In totale nel mese di novembre 2009 sono state autorizzate 99,5 milioni di ore di cassa integrazione (ordinaria, straordinaria e deroga) contro 94,7 del mese di ottobre (+5,13% la crescita congiunturale complessiva).

EDILCASS

Pretelaio più cassonetto: binomio vincente

Il cassonetto a scomparsa per avvolgibili è un sistema che ottimizza doti di isolamento termico e acustico, semplicità di montaggio e valore estetico, poiché si integra perfettamente nella muratura "scomparendo" letteralmente alla vista, a differenza dei tradizionali sistemi esterni.
Rispondono ai recenti obblighi previsti dal Decreto Legislativo 192/2006 sulle prestazioni energetiche degli edifici che recepisce la Direttiva europea (UE) 2002/91 del 16 dicembre 2002.
Per il 2009 la Edilcass Spa punta a promuovere il binomio **pretelaio + cassonetto** che rappresenta la predisposizione migliore per il successivo montaggio del serramento e dell'avvolgibile. I pretelai in lamiera zincata da un lato forniscono riferimenti precisi per le finiture (intonaco, piastrelle, rivestimenti) e dall'altro delimitano lo spazio dove viene montato il serramento, così da non incorrere in montaggi approssimativi. Quando il pretelaio è completo del cassonetto a scomparsa Edilcass, il sistema serramento/tapparella diventa perfettamente funzionale in ogni sua parte e ineccepibile dal punto di vista estetico. Per ottenere il duplice risultato, funzionale ed estetico, risulta fondamentale la scelta progettuale che deve avvenire in tempi appropriati e deve individuare e definire il tipo, le dimensioni e la posizione del serramento (centro muro – filo interno), nonché il tipo di cassonetto con il relativo sistema di ispezione, in tal modo i vari operatori potranno eseguire e gestire le varie fasi di realizzazione e montaggio in modo semplice e efficace.

GLOBO

Linea Hotel Globo. Porte fonoisolanti in legno

Le porte fonoisolanti in legno della Linea Speciale Hotel sono appositamente studiata per l'utilizzo in ambito alberghiero. Siamo di fronte a prodotti capaci di armonizzare l'estetica più prestigiosa con i più elevati livelli di affidabilità e di comfort grazie anche alle elevate capacità di abbattimento acustico (certificate dal documento di prova di abbattimento acustico rilasciato da laboratorio autorizzato, che correda ogni porta).
Le porte sono inoltre certificate e omologate dal Ministero dell'Interno nella Classe REI 45 secondo la normativa europea EN 1634. Numerosi modelli, versioni, tipologie di lavorazione, essenze e finiture (sia standard sia eseguite su richiesta del committente) consentono di risolvere brillantemente qualsiasi tipo di esigenza sia estetica sia funzionale.

GARDESA

Gardesa lancia Welcome, la porta blindata antitruffa

Welcome, la porta blindata Gardesa contro le aggressioni domestiche, sarà lanciata sul mercato per l'inizio del 2010. Welcome resiste ai tentativi di effrazione a porta chiusa e in più offre un'inedita formula di protezione "a porta aperta". Uno speciale sportellino, posto al centro del battente, permette a chi sta in casa di comunicare con un interlocutore esterno, fermo restando la sicurezza della porta blindata e la chiusura dei chiavistelli.
Lo sportello si rivela utile quando a bussare sono sedicenti postini, falsi operatori di servizi pubblici, che si presentano con l'intenzione di entrare in casa, per portare a termine truffe, raggiri o rapine.
Welcome ha caratteristiche strutturali e funzionali assimilabili a una porta blindata di fascia alta. Ha un sistema di apertura meccanico, dotato di cilindro europeo e defender antistrappo e antitrapano.
Lo sportello di servizio di Welcome è alto 30 cm e largo 16, dimensioni che permettono a chi sta in casa di vedere il volto dell'interlocutore esterno e di comunicare con lui. Lo sportello, inoltre, è grande abbastanza perché si possano scambiare documenti o pacchi di piccole dimensioni.
Quando si apre lo sportello, entra in funzione un meccanismo automatico che aziona i chiavistelli, qualora non fossero già attivati.
La porta blindata resta quindi tecnicamente chiusa: se anche l'aggressore dovesse inserire una mano all'interno per aprire la porta, questa non si aprirebbe, perché i chiavistelli di sicurezza rientrano solo una volta chiuso lo sportello dall'interno.

SPAX

Inserti T-Star Plus

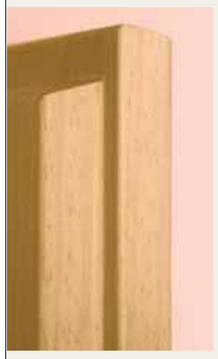
L'evoluzione tecnologica ha portato negli anni a grandi cambiamenti nelle impronte delle viti, e di conseguenza negli inserti da accoppiarvi.

Taglio: molti anni fa la gran parte delle viti presentava una impronta "a taglio" che non permetteva un controllo ottimale nell'avvitamento.
Croce PH: l'introduzione dell'impronta a croce fu una rivoluzione perché consentì di ripartire la pressione in modo più uniforme su 4 pareti di appoggio.
Pozi: un'evoluzione migliorativa intervenne con il Pozi poiché negli angoli dell'incavo a croce furono ricavati degli intagli che aumentarono a 8 le superfici di contatto, migliorando l'accoppiamento.
Stella o T-Star: la seconda rivoluzione arrivò con l'impronta a stella, che grazie alle numerosi pareti e alla loro verticalità, permise che l'inserto avesse una maggiore aderenza e non venisse spinto all'esterno.
T-Star Plus: forte di questa esperienza e con l'ausilio della miglior tecnologia oggi sul mercato, SPAX propone oggi viti con impronta T-Star Plus, che presentano una cava aggiuntiva che entra ancor più in profondità all'interno della testa.
Questa impronta è particolarmente consigliata nel fissaggio di viti di grandi dimensioni, laddove il maggiore sforzo richiede una migliore trasmissione della coppia. Naturalmente per tutte le viti ad impronta T-Star Plus è comunque assicurata la compatibilità con gli inserti tradizionali a stella.
SPAX propone inoltre la propria gamma di inserti T-Star Plus, in grado di garantire un accoppiamento perfetto, e quindi di migliorare notevolmente i tempi e la qualità degli avvitamenti.

TAIETTI

Favorito lo sgrondo dell'acqua

Migliorare il prodotto è una prerogativa che contraddistingue l'azienda Taietti ormai da molti anni e mai come in questo periodo necessaria visto il calo generale del mercato e la concorrenza dei materiali alternativi quali alluminio e pvc. Al fine di dare maggior valore al prodotto e durabilità nel tempo, seguendo i vincoli costruttivi dettati dall'IFT di Rosenheim, l'azienda mantovana ha modificato le lavorazioni sui piani che da diritti diventano inclinati. L'investimento è stato oneroso e dopo una lunga fase di studio e progetto si è arrivati a realizzare un reale "sgrondo" su tutti i piani orizzontali dell'anta, traversi degli intelaiati compresi, combinando, oltre al gusto estetico, anche una reale funzionalità. Il comparto legno sta subendo, ormai da diversi anni, una campagna denigratoria da parte dei materiali alternativi incentrata sulla erronea propaganda del deterioramento repertino del legno e la scarsa efficacia delle vernici coprenti all'acqua; a questa "accusa" la Taietti risponde con una nuova lavorazione che favorisce lo sgrondo dell'acqua e mette, di concerto con l'ottima vernice Gori, una valida ipoteca sulla durabilità dell'oscurante arrivando a garantire la verniciatura fino a 10 anni senza manutenzione.



HOPPE

I nuovi modelli di Spazio Kit personalizzano anche la porta scorrevole

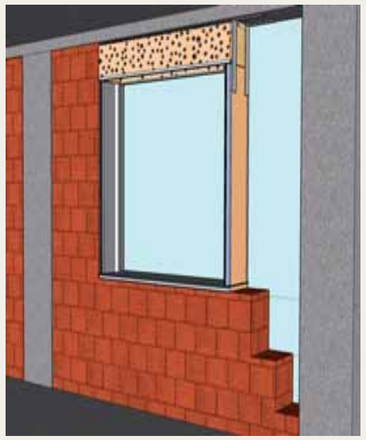
La scelta della maniglia da parte dell'utente finale si limita, molte volte, alla porta battente senza proseguire alla porta scorrevole sempre più presente nelle abitazioni, dove le soluzioni offerte sono per lo più unificate o addirittura di un design totalmente diverso. Nasce così in HOPPE la scelta di sviluppare tre nuovi modelli in ottone, ampliandola propria gamma di prodotti e dando la possibilità di personalizzare anche la porta scorrevole riprendendo lo stesso design della guarnitura per porta battente. I nuovi modelli riprendono la forma della rosetta delle maniglie, facilitando in questo modo l'utente finale nell'ulteriore scelta della maniglietta della porta scorrevole. Oltre ai nuovi design le soluzioni HOPPE permettono di avere sia sulla forma tonda e ovale, che su quella quadra o rettangolare, la possibilità del pendaglio che facilita la presa e la chiusura della serratura. Da evidenziare la nuova soluzione tecnica del pendaglio sulla forma ovale e rettangolare che si inserisce nell'incavo ricavato sulla maniglietta rimanendo così a filo vaschetta, permettendo l'inserimento totale della porta scorrevole a scomparsa nel suo cassonetto. Inoltre la nuova soluzione di fissaggio sulla porta tramite la sottocostruzione garantisce una maggior tenuta e permette di non avere viti in vista. Oltre al design diamo continuità proponendo lo stesso tipo di finiture che sono presenti nelle diverse serie, finiture bicolori e finiture Resista® con 10 anni di garanzia.
I nuovi modelli sono forniti senza serratura e sono abbinabili alle principali serrature presenti in commercio per porte scorrevoli.

ROVERPLASTIK

Sempre più innovazione per RoverBlok™: ora anche con posa a secco

L'azienda Roverplastik, da sempre alla ricerca di prodotti innovativi e di elevata qualità, ha sviluppato e brevettato il sistema "posa a secco" per RoverBlok™, il blocco termoacustico per la creazione finita del vano porta e finestra che consente di installare RoverBlok™ prima della posa dei muri di facciata, ancorandolo al solaio o alla trave portante tramite apposite staffe. Con questo sistema, oltre a una notevole riduzione dei tempi e dei costi, si ottiene una maggior precisione in fase di realizzazione poiché la calandratura dei muri, l'allineamento e il livello dei fori finestra sono fatti a priori e una volta sola.

Dal punto di vista dell'isolamento, il sistema "posa a secco" permette di eliminare totalmente l'aria tra il monoblocco e la parete con un conseguente miglioramento delle prestazioni termiche e acustiche.
Anche dal punto di vista progettuale, RoverBlok™ con "posa a secco" presenta caratteristiche eccezionali: è estremamente flessibile e si adatta perfettamente a tutti i tipi di serramento, grazie anche all'ampia gamma di tipologie disponibili (per facciate con rivestimento a cappotto, murature a cassa vuota, facciate rivestite con mattone, facciate rivestite e ventilate). Inoltre, RoverBlok™ è molto apprezzato dal cliente finale che ne vede immediatamente il migliore impatto sull'estetica dell'abitazione grazie alla particolarità del cassonetto prefabbricato per l'avvolgibile che, essendo a scomparsa, risulta completamente inserito nello spessore della muratura.



GHIDINI

Wing
Design: Ivo Pellegrini

Wing si caratterizza da una forma importante, di generose dimensioni, che assicura una sensazione di facile impugnabilità. Wing, attraverso un repertorio formale minimalista, coniuga le forme nette e rettangolari del basamento con le linee arrotondate dell'ovale d'impugnatura. Una forma semplice, rassicurante capace di durare nel tempo al di là di mode e formalismi.

RENNER ITALIA

Impregnante gel all'acqua Renner Italia, addio sgocciolatura

L'impregnante gel all'acqua RG 1x80 è il ritrovato Renner Italia che fa al caso di chi pretende massima comodità di utilizzo. Il prodotto, commercializzato da Rio Verde, gamma per il faidaté di Renner, ha una consistenza gelatinosa e non sgocciola. Caratteristiche che lo rendono unico nel suo genere e che ne permettono l'applicazione tramite una comoda spugna o il tradizionale pennello.
RG 1x80 conferisce perfetta omogeneità di colore alla superficie trattata, anche in caso di momentanea interruzione di utilizzo. In altri termini, si può stendere il prodotto, fermarsi per qualche minuto ed essere certi che alla ripresa dei lavori non si scorgerà il fastidioso segno della sospensione.
Per via delle sue accentuate capacità riempitive, una sola mano di gel vale, in termini di spessore, due volte quella di un impregnante tradizionale. L'impregnante gel all'acqua, ideale per travature, perlinature e balconi, cottages, staccionate, gazebo, serramenti e rivestimenti, può essere applicato sia su legno piallato che levigato con carta abrasiva grana 150. Su manufatti già trattati con impregnante prima dell'utilizzo, è sufficiente levigare superficialmente per favorire l'adesione del gel al legno. Su manufatti già trattati con finitura è necessario asportare la pellicola fino al legno.
Le tinte vivaci e brillanti dell'impregnante gel all'acqua esaltano la naturale bellezza del legno. Il rivestimento rende il legno idrorepellente e lo protegge dall'aggressione di funghi, muffe, agenti atmosferici e raggi UV (eccezion fatta per la versione trasparente in quanto non pigmentata).

ECLISSE

Nuova motorizzazione in anteprima al MADE expo

Eclisse è conosciuta ed apprezzata a livello internazionale per la produzione di controtelai per porte scorrevoli a scomparsa. Sempre attenta alle esigenze di chi abita la casa, studia soluzioni innovative per rendere più comodi e funzionali i suoi sistemi. È in questa direzione che la ricerca Eclisse propone in anteprima al MADE expo 2010 diverse novità, tra questa una nuova Motorizzazione, accessorio da applicare ai suoi controtelai, ora reso ancora più pratico grazie a innovativi accorgimenti.
La Motorizzazione è dotata di un sistema elettrico completamente invisibile che installato sui controtelai Eclisse consente di automatizzare l'apertura e la chiusura delle porte. Il sistema può essere azionato con un classico interruttore a muro o, su richiesta, con sensore radar, nonché integrarsi facilmente ad impianti domotici. In caso di interruzione della corrente è sempre possibile lo scorrimento manuale della porta. **Tanti i vantaggi della nuova Motorizzazione:** dalla facilità di installazione, anche a controtelaio già posato, alla sicurezza, grazie ad un sistema elettronico intelligente, che regola la velocità del movimento in base alla luce di passaggio e al peso del pannello porta, arrestandosi in presenza di ostacoli. La nuova Motorizzazione si caratterizza per un movimento della porta soft e continuo, ovvero senza soste forzate, rallentato in chiusura e dinamico in apertura. Nel caso di controtelaio a doppia anta, le due porte sono azionate in simultanea. La motorizzazione è applicabile ai modelli Eclisse Unico, Estensione, Luce Unico e Luce Estensione, con spessore della parete finita a partire da 100 mm.

Eclisse Unico con Motorizzazione

MAICO

Finestre assicurate con il dispositivo anticaduta

Prima di affrontare una parete rocciosa, gli scalatori si assicurano con corda e imbragatura per essere trattenuti in caso di caduta. Perché non assicurare anche le finestre? Maico ci ha pensato e ha creato un meccanismo che ancora non esisteva. È nato così il dispositivo anticaduta.

Per situazioni estreme
Esistono casi limite in cui i serramenti subiscono sollecitazioni forti e imprevedibili, tanto violente da causarne il distacco. Per esempio un bambino che cade contro una portafinestra. Oppure il vento che sbatte furiosamente un'anta contro la spalletta causando lo scardinamento della cerniera e la caduta della finestra.

Per queste situazioni pericolose, dove il serramento è ormai compromesso ma è importante che non precipiti sulle persone causando ulteriori danni, è stato ideato lo speciale dispositivo anticaduta.
Ante appese al telaio
Il dispositivo anticaduta di Maico evita che la finestra si distacchi facendo del male alle persone. Come? Anche se scardinata, l'anta rimane appesa al telaio grazie a un cavo d'acciaio che la trattiene: un'estremità è fissata sul montante del telaio, l'altra sul montante dell'anta.
In situazioni di utilizzo normale, per evitare che il cavo intralci la fase di chiusura, una molla lo fa rimanere all'interno della piastra d'aggancio.
Quando utilizzarlo
La sua destinazione ideale sono gli edifici pubblici come scuole od ospedali, dove persone sempre diverse aprono e chiudono le finestre e gli azionamenti scorretti sono più probabili.

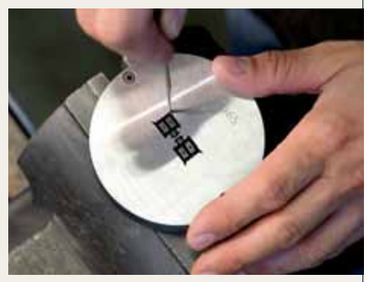
Il dispositivo anticaduta di Maico mantiene l'anta appesa al telaio grazie a un cavo d'acciaio.

Ideale per edifici pubblici come scuole od ospedali, il dispositivo anticaduta di Maico evita che l'anta scardinata provochi danni alle persone

COMPLASTEX

La nuova serie 8000 protagonista al MADEexpo.

La novità è di casa in Complastex. La nuova serie 8000 propone doppia innovazione: nei materiali e nei disegni. Le nuove guarnizioni sono realizzate in EPDM espanso alveolare a cellule chiuse e segnano un deciso passo in avanti rispetto alle guarnizioni termoplastiche garantendo bassa deformazione permanente sia alla trazione che alla compressione come indicano le prove Compression set. La serie 8000 vanta inoltre altissima resistenza sia alle basse (-30°) che alle alte temperature (130°). I nuovi disegni sono stati studiati in primo luogo per aggiustare la geometria del profilo in modo da ottenere maggiore superficie di contatto con l'anta in chiusura, creando un effetto tripla cava in grado di garantire migliori livelli di fonoassorbenza all'intero sistema finestra. Attenzione è stata dedicata anche a facilitare il lavoro del serramentista per ideare una guarnizione più semplice da inserire in cava in modo da ottenere un risparmio di tempo in fase di realizzazione del serramento.



BIESSE

Biesse lancia la gamma WINLINE in Europa

Non ci sono dubbi che il mercato del serramento europeo sia in piena evoluzione. La necessità di certificazione e l'innalzamento delle performance anche e soprattutto in funzione delle diverse zone climatiche di destinazione, hanno generato una forte evoluzione della finestra da ogni punto di vista: tipologia, spessore, combinazione dei materiali, metodi di giunzione dei componenti, impiego di ferramenta, vetri, automazione, sistemi di allarme, di controllo e di sicurezza e, non certo ultimo, il design. Tutto ciò si traduce nella creazione di un numero sempre maggiore di modelli, varianti e personalizzazioni che determinano un'esasperata frammentazione della produzione. A tal fine, Biesse ha lanciato la gamma WINLINE, soluzioni modulari integrate mirate alla lavorazione di serramenti in legno lineari e speciali in modalità Just In Time, destinate a soddisfare le esigenze di tutti, dal piccolo artigiano alla grande impresa.

"WINLINE è un grande progetto - ha commentato Luca Tenti, Responsabile progetto tecnologie Biesse porte & finestre - che permetterà a Biesse di produrre serramenti innovativi senza porre limiti tecnici al design e alla creatività

La nuova gamma dei prodotti e delle tecnologie per i serramenti esterni è stata recentemente completata con l'introduzione di Rover C-WMS, dedicata alle piccole produzioni. Biesse aveva già sviluppato la tecnologia Multicentro con Uniwin, che ha poi esteso con Uniprof.

UniWin HP

Rover C-WMS

REGUITTI

Q-UBIK: design e originalità in anteprima al Made Expo 2010

Reguitti presenta in anteprima al Made Expo 2010 la nuova maniglia Q-UBIK. Forma squadrata, design innovativo e minimalista, Q-UBIK è la maniglia in ottone ideale per porte e finestre dallo stile moderno e deciso.

Q-UBIK è una maniglia dalle linee geometriche e pulite con una solida impugnatura dai tratti netti e spigoli arrotondati, inserita nella rosetta squadrata con un gradevole gioco visivo di incastri e richiami formali e volumetrici. Dedicata a chi ama un design lineare e accattivante, Q-UBIK è disponibile nelle finiture Ottone Satinato Cromato, Ottone Cromato e Ottone Lucido Verniciato. Q-UBIK è fornita nelle versioni maniglia con rosetta quadrata e Dreh Kipp con rosetta.

REGUITTI, su richiesta, mette inoltre a disposizione dei propri clienti un nuovo servizio: la personalizzazione di maniglie e Dreh Kipp tramite l'incisione di loghi aziendali dello spazio frontale di rosette e placche, per dare un tocco esclusivo all'ambiente in cui saranno inserite. In particolare, si utilizzano caratteri Oro sulla finitura Ottone Lucido Verniciato mentre si preferiscono l'Argento e il Nero per i prodotti in Ottone Satinato Cromato.

REGUITTI è l'unica azienda del settore oggi in grado di rispondere al meglio alle esigenze di ogni cliente offrendo un'ampia scelta di accessori e complementi coordinati per creare un living uniforme ed equilibrato, arredando l'intero spazio abitativo con uno stile unico e armonico.

TONDIN PORTE

Planar Glass, assoluto equilibrio estetico

Nel nuovo catalogo Tondin Porte, che presenta le ultime collezioni realizzate dall'azienda, spicca il modello Planar Glass della linea Square, dove forme armoniose e assoluta simmetria sono fuse assieme per dar luce a porte ricercate e innovative. L'impercettibile sovrapposizione di livelli si fonde con venature sapientemente intersecate per dar vita a imprevedibili incanti di un dettaglio sempre armonico e d'avanguardia.

Nella Planar Glass, in particolare, il vetro diventa un tutt'uno con gli elementi dell'anta, ed è proprio questa complanarità tra gli elementi a creare l'illusione di essere plasmata da un'unica materia.

Modello Planar Glass

linea: square

stipite: squadrato

legno: laccato RAL 1013 opaco + vetro trasparente bronzo

descrizione: porta a montanti e traversi squadrati assemblati con vetro a filo

REKORD

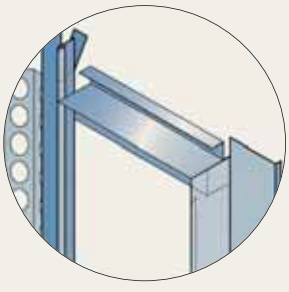
Serramenti in legno: Topfix migliora la produttività

La produttività è la combinazione di diversi fattori che, lavorando in sinergia, fanno la differenza. Velocità e avanzamenti più elevati, per esempio, consentono di produrre più pezzi all'ora, una durata certa della fresa vuol dire sicurezza di lavorazione, meno scarti, migliore qualità e pertanto un elevato livello di finitura del serramento prodotto.
Topfix di Rekord, grazie alle sue caratteristiche, può **aumentare almeno del 35% la produttività** attraverso l'aumento della velocità di taglio e degli avanzamenti. Risultato? Costi di lavorazione più bassi, migliore qualità della finitura. L'utensile Topfix è caratterizzato da grande semplicità di impiego, richiede meno inserti e meno tipologie di inserto. Questa semplificazione si traduce in **minori costi di gestione e ricambistica**.
La sostituzione degli inserti e degli accessori avviene facilmente a bordo macchina, in tutta sicurezza e in tempi ridottissimi. In termini pratici si ha una **riduzione del 75% dei tempi di manutenzione**, rispetto alla media rilevata su l'utilizzo di utensili di differente concezione.
Topfix, inoltre, non manca di stupire in fatto di qualità. Gli inserti HW sono profilati e autoposizionati sia assialmente che diametralmente, come gli stessi tasselli, che copiano perfettamente il profilo del coltello in tutto il suo perimetro. Il taglio a elevata inclinazione assiale **elimina qualsiasi imperfezione** e la qualità del prodotto realizzato risulta essere quanto di meglio si possa ottenere.

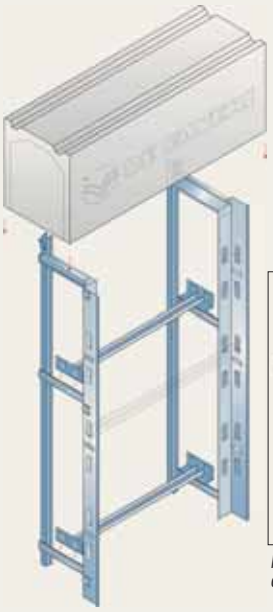
DE FAVERI

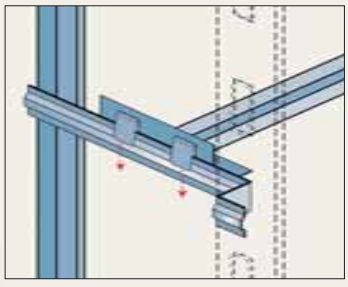
Modello HC1. Controtelaio per cassonetti termoisolanti.

Il modello HC1, realizzato in acciaio zincato, è stato progettato per l'utilizzo di cassonetti termoisolanti. È dotato di un profilo sagomato per accogliere il serramento e prevede una guida per l'avvolgibile, che può essere collocata alla distanza dal profilo definita in base alle particolari esigenze del cliente. Su richiesta, può essere installato un paraspigoli sulla parte esterna, che funge da guida per l'intonacatura. In abbinata al controtelaio, è possibile avere il cassonetto termoisolante della misura richiesta, certificato secondo la normativa vigente. Grazie alle sue caratteristiche strutturali offre la possibilità di installare in un unico blocco il serramento, anche completo di zanzariera, e la tapparella avvolgibile.



Particolare della guida cielino (su richiesta)





Particolare dell'aggancio del distanziatore sulla staffa.

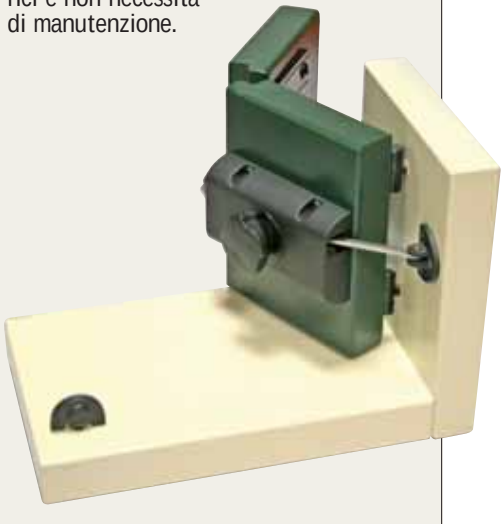
TECNOSTAMP

Fermascuri Genius

TECNOSTAMP srl presenta GENIUS, il nuovo ed esclusivo dispositivo manuale fermascuri, per il bloccaggio dei serramenti esterni. GENIUS consente di bloccare gli scuri in qualsiasi posizione, eliminando definitivamente l'installazione dei fermascuri tradizionali, con tutti i costi e le problematiche del caso, soprattutto in presenza di isolamento a cappotto.
Il meccanismo di bloccaggio a frizione protegge gli scuri e i muri esterni da possibili danni, dovuti a urti accidentali o causati da forte vento. Di semplice installazione fai da te, GENIUS è stato progettato per essere montato su tutti i serramenti a doppia anta, su finestre e portefinestre, su scuri e persiane sia a libro che alla padovana di qualsiasi materiale, PVC, alluminio, legno, con spessori da 35 a 40 mm.
Un prodotto facile da applicare su infissi da posare o già installati che consente di:

- evitare di sporgersi dalla finestra per bloccare e sbloccare gli scuri, comodamente e in totale sicurezza, semplicemente usando la manopola azionabile anche da un bambino o da una persona disabile;
- azionare gli scuri poco accessibili (presenza di grate, elementi d'arredo, ecc);
- bloccare le ante in posizioni diverse una dall'altra, per ripararsi da sole o pioggia o per variare luminosità e ventilazione della stanza;
- proteggere infissi e muri esterni da danni dovuti a imprevisti colpi di vento o ad urti accidentali;
- eliminare l'istallazione dei tradizionali fermascuri esterni.

Realizzato in materiali compositi di nuova generazione, di elevata e provata qualità, mantiene inalterata nel tempo la funzionalità contro l'usura e gli agenti atmosferici e non necessita di manutenzione.



SFS INTEC

Cerniera universale Dynamic 3D per cava euro

La cerniera Dynamic 3D soddisfa l'esigenza di utilizzare un'unica cerniera per serramenti in materiale diverso quali PVC, legno-alluminio, alluminio o legno. Oltre ad essere regolabile nelle tre dimensioni (lateralmente +/-2mm, +/-4mm in altezza e min +/-1mm in profondità) la struttura a tre anelli assicura una elevata stabilità e il perfetto allineamento della cerniera. Si applica in maniera semplice e veloce grazie all'utilizzo di un'unica punta standard e alla dima appositamente studiata. Ha superato il test di 200.000 cicli con porta da 140 Kg, confermando gli standard qualitativi ai quali sono abituati i nostri clienti. Disponibile in diverse finiture sia metallizzate che plastificate.

JADO by JATEC

Escalier, elegante magnificenza

ESCALIER è una splendida maniglia che rappresenta la massima espressione del connubio fra totale chiarezza e purezza estetica, conferendo al design un fascino assoluto ed una elegante magnificenza. ESCALIER è una linea per porte d'entrata che comprende maniglie con foro chiave standard, per cilindro (yale), e con nottolino bagno, nonché maniglie per finestre con meccanismo Dreh Kipp normale o bloccabile con chiave. Le finiture proposte sono nichel antico e ottone lucidato.

ACEM

Basic09 incontra il mercato con successo

Basic09, progettata, realizzata e interamente prodotta negli stabilimenti produttivi Acem, è una porta dalla tecnologia nascosta e di design visibile, che è rivolta a un target medio-alto e risponde all'esigenza del gusto contemporaneo.
La nuova Collezione "modulare" trae ispirazione dalla ricerca della semplicità naturale. L'anta gioca con i disegni modulari del tranciato, garantito dal marchio Vero Legno Innovazione tecnologica, dettagli raffinati e la tradizione dei materiali naturali, sono i punti di forza di questa nuova collezione Basic09.
Collezione BASIC09 GLOSSY è oggi disponibile in versione LACCATA ULTRALUCIDA.

LA VENUS

Quando la finestra in legno è certificata dalla nascita, il Sistema è TP68. Il vantaggio è chiaro.

Chi vuole produrre serramenti marcati CE, senza perdere tempo, denaro ed energie per sottoporre i propri manufatti a test di laboratorio, oggi ha la soluzione che cercava. Dall'esperienza di "La Venus" è nato il Sistema brevettato TP68, per realizzare finestre in legno certificate secondo la normativa Europea UNI EN 14351-1. Questo rivoluzionario sistema consente infatti di produrre finestre che coniugano tutto il bello del legno, con le prestazioni e le caratteristiche tecniche di materiali come alluminio e Pvc. Tutto ciò al prezzo di un buon serramento in Pvc! Il Sistema TP68, è costituito da profili in legno di abete lamellare, dagli ottimi valori di trasmittanza termica. Per essere più precisi, si tratta di un giuntato finger joint e mdf exterior con sezione 78 x 68 mm. I profili sono rivestiti internamente da tranciato ed esternamente in Pvc o alluminio.
Da una parte offrono la bellezza e il calore del legno, dall'altra, garantiscono un'ottima resistenza agli agenti atmosferici e nessuna manutenzione esterna.
Il Sistema è certificato per garantire straordinarie performance: permeabilità all'aria in classe 4 secondo EN 1026 e EN 12207, resistenza al carico di vento in classe C5 secondo EN 12211 e 12210 e tenuta all'acqua E900 secondo EN 1027 e EN 12208 e trasmittanza termica U_w = 1,15 W/m^{2}K con doppia vetrocamera con Ug= 0,7 W/m^{2}K.
La certificazione prevede una precisa tipologia di ferramenta: aria 12, interasse 13, battuta 18. La giunzione d'angolo è meccanica, con spine e taglio a 45° e viene completata da un incollaggio con collanti poliuretanici monocomponenti. Il Sistema TP68 propone anche le macchine adatte per la lavorazione.

COMPLASTEX

Si allarga il gruppo con l'acquisizione di Pegaso

Complastex continua il suo progetto di espansione. L'azienda, esponente di punta nel mercato della produzione di guarnizioni e profili per serramenti, ha aggiunto un nuovo importante tassello nello sviluppo delle sue attività. "*E' proprio così*" - puntualizza Paul Marziali direttore commerciale dell'azienda - *dopo la decisione, tre anni fa, di fondare, Motiva srl per affidarle la produzione di guarnizioni per il settore auto è di recente acquisizione l'azienda Pegaso srl, produttrice di mescole in EPDM sia compatto che espanso. Grazie a Pegaso possiamo collaborare in casa con un eccezionale fornitore e studiare insieme le migliori soluzioni da proporre ai nostri clienti*".

Grazie a questa acquisizione il gruppo conta su un volume d'affari di 25 milioni di Euro di cui 18 sono realizzati da Complastex nell'ambito del settore serramenti, business storico dell'azienda.
"*Oltre alle acquisizioni stiamo curando con grande attenzione il mercato*" – conclude Marziali – "*in Complastex abbiamo recentemente strutturato una rete vendita specificamente dedicata ai produttori di serramenti in legno, da affiancare a quella dedicata ai serramentisti in alluminio e dislocata con agenti plurimandatari su tutto il territorio nazionale*". Il supporto ai serramentisti avviene anche attraverso l'azione di distributori, estrusori e gammisti cui Complastex fornisce supporto tecnico, certificazioni di prodotto e garanzie. In particolare Complastex permette di usufruire di un servizio "pronto a magazzino" attraverso il suo AUTOMATIC STORE capace di 2.500 pallet movimentabili in tempo reale e che permette ai partner di eliminare le giacenze di magazzino.

TONDIN PORTE

Nuovo catalogo per Tondin Porte

A fine 2009 Tondin Porte ha presentato il *nuovo catalogo* porte interne che raccoglie le più recenti linee realizzate dall'azienda.
Un accurato studio del progetto ha dato vita a una narrazione che si snoda su due livelli. Da un lato le porte: da semplici oggetti d'arredamento diventano segni nel tempo, a rappresentanza di uno stile che non tramonta. La materia legno si trasforma in sentimento, esperienza, coinvolgimento, all'insegna di un'estetica contemporanea e innovativa. Dall'altro i valori aziendali, richiamati dallo slogan della recente campagna pubblicitaria – *fatte con le mani, pensate con il cuore* – accompagnano e arricchiscono di senso questa galleria di segni-idee.
Esperienza, serietà, determinazione e valore del legno: da qui prendono forma le cinque collezioni di Tondin Porte: *plane, pantograph, square, diamond e curve*. Forme e linee diverse, accomunate da un forte fascino e da una decisa personalità, che si rispecchia nella forma non consueta, ma sempre funzionale del catalogo.

ZUANI

Sicuri vantaggi con SystemPass Zuani

Zuani progetta e costruisce utensili per la lavorazione del legno sin dal 1972. La considerevole esperienza maturata e le capacità organizzative dell'azienda, certificata ISO 9001 sin dal 1998, sono ora a disposizione dei clienti. Già da alcuni mesi, infatti, la rete commerciale di Zuani ha affiancato alla propria offerta relativa agli utensili, un pacchetto supplementare: è ora possibile ottenere la marcatura CE in regola con la EN 14351-1 tramite il cascading ITT. Notevole il vantaggio per chi aderisce a SystemPass Zuani, si possono ottenere le prove di tipo su un'ampia varietà di soluzioni costruttive, eseguite in maniera selettiva da IFT Rosenheim, ma soprattutto ricevere un FPC completo e al contempo facile da applicare alla propria realtà produttiva. SystemPass Zuani non si limita a fornire le sole istruzioni su come completare il serramento, bensì prende per mano sia la piccola falegnameria artigiana sia l'industria automatizzata, fornendo i suggerimenti e i controlli da effettuare in linea a quanto previsto dalla marcatura CE. Ultima caratteristica degna di nota è che tutte le analisi termiche sono eseguite secondo la norma EN 10077-2 ovvero con il metodo degli elementi finiti, volta ad ottenere valori che rispettino i parametri in vigore dal 1 gennaio 2010. Con SystemPass, Zuani sfrutta le proprie conoscenze per agevolare e migliorare il lavoro dei propri clienti rimarcando, quindi, la propria vocazione alla soddisfazione del cliente.

RUBNER PORTE

L'angolo dello showroom Rubner

Lo showroom di Rubner ha un nome simpatico Rubner Mondo Porte, ha sede a Bolzano, su una superficie di 280 metri quadrati, ed è progettato e organizzato per mettere in mostra una serie di modelli molto diversificata e qualitativamente di alta fascia, corrispondente a una produzione che ingloba tutte le soluzione per porte di legno e quindi: porte interne, portoncini ad arco pieno/ribassato/policentrico, elementi speciali con sopraluci, parti laterali, porte a libro, a pendolo, porte rototraslanti e infine anche portoncini CasaClima A+, per casa passiva.
Abbiamo chiesto a Christian Kerschbaumer quali sono le caratteristiche che distinguono lo showroom Rubner sul mercato italiano?
"Inanzitutto la qualità, ma questo lo dicono tutti – sottolinea Kerschbaumer –, noi, invece, la qualità la testiamo e certifichiamo. Per fare alcuni esempi: test di resistenza al fuoco (Italia, Austria e Svizzera), resistenza termica (CasaClima), resistenza climatica, conformità CE per porte esterne già attiva dal 1° febbraio2007. Siamo il primo produttore di porte CasaClima e per case passive in Italia – tra i leader in Europa e primo produttore certificato anche dalla nota Agenzia CasaClima di Bolzano".

www.grohep.com

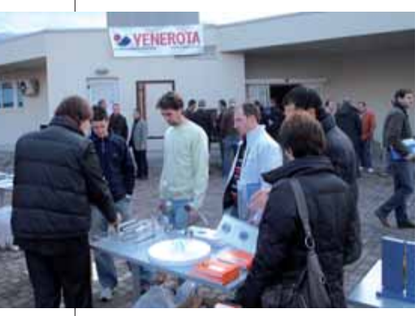
Seminario “La marcatura CE dei serramenti esterni”
Seminar *“CE Markierung von Fenstern und Eingangstüren”*

Marcatura CE delle finestre e porte pedonali esterne presso la ditta P. Grohe
Sig. Wolfgang Reisigl, direttore del laboratorio di collaudo della ditta Maico, su incarico della ditta Grohe, ha tenuto in data 13 novembre 2009, presso i locali adibiti ai seminari della Cassa Rurale di Brunico, un corso di aggiornamento riguardante la marcatura CE di finestre e porte d'ingresso. Con decorrenza 1° febbraio 2010 sarà obbligatoria l'applicazione della marcatura CE di finestre e porte esterne. Wolfgang Reisigl direttore commerciale e direttore del laboratorio di prova della ditta Maico ha cercato di spiegare che cosa implica l'applicazione del marchio CE. Si è cercato di analizzare i contenuti della norma e le responsabilità derivanti, come si struttura il controllo di produzione e se ha senso per le aziende effettuarlo all'interno dell'azienda stessa o se è preferibile adottare la modalità Cascading. Ci si pone anche la domanda se la marcatura CE rappresenta un'opportunità per le aziende. Circa 40 clienti hanno seguito con interesse il seminario che ha destato un lungo dibattito. Molte domande sono rimaste prive di risposta, probabilmente molti dubbi verranno chiariti con l'entrata in vigore della norma il 01/02/2010.
Per ulteriori informazioni www.grohep.com

CE Markierung von Fenstern und Eingangstüren bei Firma P. Grohe
Herr Wolfgang Reisigl, Leiter des Maico Prüflabors, hat am Freitag, den 13. 11. 09, im Auftrag der Firma P. Grohe im Seminarraum der Raiffeisenbank Bruneck einen Vortrag über die CE Markierung von Fenstern und Eingangstüren gehalten. Ab 01. 02. 2010 wird die CE Markierung von Fenstern und Eingangstüren zur Pflicht. Was es damit auf sich hat und welche die Hintergründe für die CE Markierung bieten, erläuterte Herr Wolfgang Reisigl, kaufmännischer Leiter der Maico GmbH und Leiter des Maico Prüflabors, an diesem Informationsnachmittag. Bei der Veranstaltung wurde auf die Inhalte der CE Markierung ebenso eingegangen, wie auf die Verantwortlichkeiten der einzelnen Beteiligten. Bietet dabei das so genannte Cascading die Lösung oder ist es für den Betrieb sinnvoller eigene Prüfungen durchzuführen? Was gilt es überhaupt zu prüfen und reicht die Prüfung alleine aus? Diese und noch andere Details wurden an diesem informativen Nachmittag erläutert, um auch der Frage nachzugehen welche Chancen die CE Markierung für den Tischlereibetrieb bietet. An die 40 interessierten Kunden haben aufmerksam den Vortrag verfolgt. Eine lange Diskussion folgte auf dem Vortrag. Viele Fragen blieben jedoch offen, welche wahrscheinlich erst beim verarbeiten ab dem 01.02.2010 geklärt werden können.
Weitere Infos unter www.grohep.com

Il trionfo della conoscenza

Cosa può spingere centinaia di falegnami e serramentisti a partire di buon mattino da Bormio, dall'alta Valtellina, dalla Valsassina, dalla Val Intelvi, dalla Valmenaggio, dalla Valbrona, dalla Brianza, da Milano, Bergamo, Como e Varese per ritrovarsi tutti insieme alle 9.00 di sabato 3 ottobre e ancora, nuovamente, alle 9.00 di sabato 21 novembre a Lecco? E cosa li può poi spingere a entrare, sempre insieme, in una sala per convegni e seminari e restarvi con grande interesse per oltre quattro ore filate? Li spinge qualcosa che forse in altri tempi non li avrebbe spinti, li spinge una nuova assimilata consapevolezza: la sete di conoscenza, una sete di cui si avverte intimamente il forte bisogno e l'ampio, nitido valore. In tempi in cui il presente è già passato e le sfide si susseguono a ritmi mai visti prima, la conoscenza rappresenta l'unica, vera, autentica, pratica e veloce soluzione per affrontare il futuro con successo. E sono proprio queste persone, falegnami e serramentisti, pionieri, forse anche umili, ma coraggiosi e lungimiranti, con laboratori e aziende sparsi in tutta la Lombardia, che hanno decretato il successo dei due eventi organizzati a Lecco dalla Ferramenta Venerota. Gli eventi, tra i più importanti del 2009, oltre a chiudere l'anno dell'Accademia Venerota, si proponevano di affrontare due dei temi più sentiti del settore: come realizzare un serramento di qualità e come eseguire la posa in opera, alla luce delle nuove normative di riferimento.
Ai non addetti, con ogni probabilità, potrà dire poco, ma per un falegname e un serramentista rappresentano, e rappresenteranno sempre più in futuro, temi vitali per rimanere sul mercato e farsi sempre più spazio. Ecco perché i relatori che hanno preso la parola durante i due eventi, hanno principalmente messo in rilievo alcuni aspetti di metodo, organizzativi, documentali e di ruolo di falegnami e serramentisti nella posa in opera dei serramenti.



L'Accademia Venerota, come già per numerosi altri eventi organizzati nell'anno 2008 e 2009, ha deciso di puntare, ancora una volta, su personalità note, di spicco, con esperienze diversificate e indubbie competenze nel settore di riferimento, capaci pertanto di trasmettere con chiarezza e semplicità una vasta e preziosa conoscenza. Sono infatti intervenuti in qualità di esperti i seguenti relatori: Geom. Samuele Broglio, Membro Tecnico GL1 Uni - uno dei soggetti coinvolti nella redazione dell'attuale normativa europea sui serramenti -, Mario Sorini, direttore marketing Soudal srl, figura di qualificata esperienza nel settore degli adesivi e fissaggi, Ing. Gianlorenzo Comunian marketing manager Mungo srl, esperto di riconosciuta competenza tecnica sulle tecnologie del fissaggio, Ing. Piero Berlanda responsabile Dartwin, distributore del software per l'analisi tecnica dei serramenti e Ing. Giovanni Tisi, noto esperto del settore, relatore principale e ufficiale dei seminari Venerota di accompagnamento alla certificazione del serramento e moderatore degli eventi. Per loro è stato particolarmente piacevole rivolgersi ad un pubblico interessato e partecipe con il quale è stato possibile instaurare un dialogo vivo, aperto e costruttivo, anche attraverso risposte mirate e di forte valore pratico. Dalle risposte è emerso, con chiarezza, perché a volte le norme vengono erroneamente considerate con pregiudizio, dando luogo a non corrette rappresentazioni, mentre invece, quando conosciute e ben comprese, esse rappresentano veri e propri strumenti di difesa a favore del falegname e del serramentista.

Alla fine dei lavori, uno degli oratori ha riassunto con queste parole lo spirito e i risultati dell'evento: "Il successo di iniziative di questo tipo – ha dichiarato – è legato a tre ingredienti fondamentali: 1) gli argomenti trattati; 2) come li si affronta; 3) l'interesse e il senso di responsabilità del pubblico che partecipa. Gli eventi del 3 ottobre e del 21 novembre sono stati eventi straordinari grazie soprattutto a un pubblico attento, attivo, maturo culturalmente, il quale ha compreso che la conoscenza è il solo strumento che fa imboccare con serenità la strada del futuro. È stato, quindi, il trionfo della conoscenza, ma è stato anche il trionfo di tutti coloro che vogliono conoscere e il trionfo di un'accademia, l'Accademia Venerota, che ha dimostrato cosa significa essere autenticamente alleati dei propri clienti anche in campo formativo.
Eventi di questo tipo rappresentano il modo migliore per prepararsi al futuro e dimostrano che i nostri artigiani e i nostri imprenditori hanno compreso che occorre guardare avanti e fare della conoscenza uno strumento di crescita.